

# Tutoriel Restauration Conviv'Action

« Best of »  
des pratiques efficaces

André Picca



## L'auteur

André Picca - EH Nice - Promotion Auguste Escoffier - Dut Gestion IUT Paris Dauphine

**334** : fin 2016, c'est le nombre d'entreprises et de structures qui ont été, soit ses employeurs, soit des clients qui lui ont confié 1 journée ou plus, de formation conseil en 1 ou plusieurs missions.

- **Opérationnel et saisonnier** : 11 années au sein de chaînes hôtelières de renom (Relais et Châteaux, Sofitel, Groupe Lucien Barrière, Pierre et Vacances.) et de Pme montrent ô combien se mettre au service du client est une aventure quotidienne ponctuée d'adaptations permanentes.

**Formateur** : au sein d'un cabinet spécialisé en hôtellerie restauration, (Unifhort, géré par les Chambres patronales de l'Industrie Hôtelière), il découvre l'aventure humaine, le partage des savoirs. Basé en région parisienne, il pilote de nombreuses actions spécifiques en entreprises (Best Western France, Grandes Etapes Françaises,) et il participe à l'arrivée de Disneyland Paris.

**Directeur régional** : Dans les Hauts de France, il lance l'agence régionale Unifhort chargée d'accompagner les aspects humains dans une région en reconversion : profiter des effets « Tunnel sous la Manche » et « TGV Nord » pour agir sur l'activité touristique. De nombreuses actions (Plan Savoie Olympique 1992, collaborations soutenues avec les groupes Accor, Louvre Hôtels, Agapes Restauration, Elior, Buffalo Grill, pme et tpe) mobilisent une équipe de 34 personnes.

- **Consultant formateur** : en 2002, il lance le slogan Coach in Form !, il anime la « Mission Emploi Formation et Recrutement » du groupe Crocodile Restaurant. Il intervient également auprès des CCI, de l'Institut de Conciergerie Internationale, et conduit de nombreuses missions de conseils et de formation en entreprises.

**Auteur d'e-books** : En mai 2006, l'Hebdomadaire L'Hôtellerie-Restauration publie l'e-book « Vendre plus au restaurant », en 2012, mise en ligne du Blog des Experts "Gestion des équipes et du service en CHR" - [www.lhotellerie-restauration.fr](http://www.lhotellerie-restauration.fr). En 2015, il publie le Guide des Bonnes Pratiques de l'Entretien Professionnel en CHR.

**Création d'outils** : Durant son parcours, il crée des outils pédagogiques : cd-rom Service Vendeur (pme, Restaurants Crocodile, Service En Tête (groupe France Boissons- Heineken), Conviv'Com (Crescendo Restauration), Formation à l'Euro : « par ici la monnaie », Bienvenue au Rest'Ho ! en 2 700 questions.

**Dans le sport** : Moniteur Fédéral FFV (Fédération Française du Vélo), médaille de bronze au titre des services rendus à la jeunesse - Membre fondateur des Archers de Courchelettes (59) et des Pédalou-Doux de Vaugines (84) - Président et responsable pédagogique de l'A C Lambres lez Douai (59), école de vtt de randonnée, 10 encadrants, 50 jeunes - Co-organisateur de Lille-Londres Olympique 2012 à vélo, 70 jeunes, 25 encadrants, - Co-responsable des bénévoles mobilisés pour le Championnat du Monde d'Athlétisme Handisport 2002

**AVERTISSEMENT** : Le code de la propriété intellectuelle du 1er juillet 1992 interdit expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants-droit. Le tarif attractif de la version « papier » du tutoriel permet aux apprenants des établissements de formation et aux salariés des entreprises d'en faire l'acquisition. Ce respect de l'auteur permet à ce dernier d'être rémunéré pour son travail de création et de se consacrer à la mise au point d'autres outils.

En application de la loi du 11 mars 1957, il est interdit de reproduire intégralement ou partiellement le présent ouvrage, sur quelque support que ce soit, sans autorisation de l'auteur.

©André Picca

Première édition : mai 2017

2e édition : décembre 2017

Dépôt légal : mai 2017

André Picca 12, impasse du Platane Rue du Moulin F - 04220 Saint Tulle

## Ils ont eu CONVIV'ACTION entre les mains

### **Eddy Bonjean, @passionmaitred'hotel, en parle :**

« Conviv'Action, c'est quoi ? Un outil de formation à la portée de tous les restaurateurs.

C'est un support composé de fiches techniques qui vont vous permettre d'auto-former vos salariés et de favoriser leur épanouissement professionnel.

C'est aussi de l'efficacité qui va mener à la rentabilité, à l'investissement de votre personnel de salle, car mieux formés. Ils seront plus sûrs d'eux dans la prise en charge du client, ce qui vous fera gagner en fidélisation.

Je me sers personnellement de « Conviv'Action, Best of des pratiques efficaces » pour mes personnels en situation de handicap et pour mes équipes. Le résultat est là avec la garantie de compréhension.

Le support est ludique, clair et aéré ».

### **Et aussi,**

19 - Brive la Gaillarde : Garden Ice Café

22 - Lanvallay : La Vieille Braise - Saint Malo : Grand Hôtel des Thermes

31 - Blagnac : Neghotel -

38 - Saint Martin d'Hères : Gabriel Villella -

57 - Terville : Baïla Pizza

59 - Hem : Le Twickenham - Lezennes : Le Patacrêpe - Sin le Noble : La Taverne - Valenciennes : Elisabeth Rousseau -

62 - Arras : A l'Ecole des Chefs -

69 - Morgon : Château de Pizay - Lyon : Hôtel Park Est

73 - Méribel : Hôtel L'Hélios

75 - MOF Frédéric Jaunault

80 - Dury : Le Comptoir du Malt

86 - Dissay : Le Benjamin

## Serveurs (h/f) : des jobs en devenir

### **Pas de connaissances ? Pas de performances ! A vous de choisir !**

- Fiche 1 Pour vendre les produits, faites connaissance avec eux
- Fiche 2 Mettre en valeur les boissons
- Fiche 25 La rentabilité expliquée simplement

### **Les clefs d'un comportement convivial**

- Fiche 3 Sourire, un devoir social
- Fiche 4 Soyez Chic In, apportez du soin à votre tenue vestimentaire
- Fiche 5 Les 4C, une méthode universelle
- Fiche 7 Le ton, c'est bon
- Fiche 9 Elocution claire

### **Savoirs en être !**

- Fiche 6 Implication et motivation
- Fiche 8 Attitudes avec les clients

### **Savoir conseiller**

- Fiche 10 Bien questionner pour bien s'informer
- Fiche 11 Argumenter, appâter les clients
- Fiche 12 Les mots qui font vendre
- Fiche 13 Proposer plusieurs solutions
- Fiche 15 Reformulation = contrat commercial

### **Le terrain de l'action**

- Fiche 16 Prendre une réservation au téléphone
- Fiche 17 De la porte d'entrée à la table
- Fiche 18 Les 1ers moments à table
- Fiche 19 Le suivi du client
- Fiche 20 Surprise au dernier acte
- Fiche 22 Encaissement et départ

### **Dominer les difficultés**

- Fiche 14 Les freins à la vente
- Fiche 21 Halte au grattage et aux abus
- Fiche 23 Les réclamations
- Fiche 24 Les clients franchement difficiles



# 1 - Pour vendre les produits, faites connaissance avec eux !

Conviv'Action<sup>©</sup>



©Frédéric Jaunault—Mof Primeur 2011

## Qui êtes-vous ?

Quel est réellement votre rôle de serveur vendeur, si :

- Vous présentez les produits en répétant simplement ce qui est écrit sur la carte ?
- Vous parlez « tellement technique » que le client ne vous comprend pas.

## Pourquoi faut-il connaître ses produits ?

Souvenez-vous de ces vendeurs en téléphonie, en informatique, ou des techniciens du bâtiment qui répondent :

- soit par un langage tellement technique que vous participez à un entretien, dictionnaire à la main,
- soit parce qu'ils ne connaissent pas techniquement le produit qu'ils vendent, et si vous êtes un peu averti, vous direz qu'ils disent des galéjades.

**Et vous, quelle impression avez-vous envie de donner ?**

## 7 idées pour vendre + « à la carte »,

- Lors de l'arrivée de nouveaux plats, demandez à les goûter ; notez les qualités, les mots qui vous viennent à l'esprit pour les valoriser,
- Lorsque vous installez les clients à table, glissez-leur : qu'est-ce qui vous tente comme entrées, pour débiter votre repas ?

- Ou « parmi les nouveautés à la carte, en suggestion, vous pourrez déguster ..... (présentez les plats avec des mots qui ouvrent l'appétit) ..... »
- (à un client qui commande un faux filet) : « Vous semblez apprécier les viandes rouges ; alors, laissez vous tenter, pour ... euros de plus, par le filet de kangourou ou par le filet de bœuf servi avec une authentique sauce Béarnaise,
- Chaque jour, chaque semaine : fixez vous un « contrat » sur un produit,
- Dites à vos clients les commentaires élogieux que les clients précédents ont fait sur ce produit,
- Habituez-vous à valoriser les plats que vous aimez le moins ; votre client a des goûts différents de vous.

### Le conseil du sportif

*"Si tu doutes de toi et des autres, il faut changer de métier"*

Elie Baup,  
Coach Foot.

## Astuces pour en savoir +

- Devenez un geek de la connaissance avec votre smartphone. Vous y trouverez de tout, du vrai et du faux. Donc, à la même question, consultez 2 ou 3 réponses,
- Restez classique : optez pour une version « papier ». Parmi les dictionnaires gastronomiques, j'ai opté pour le Dictionnaire de Restaurant de Bernard Galliot, édition Bpi.

## Astuces pour rester ridicule

- Ne pas chercher à savoir ce que vous vendez, car vous considérez que «vous êtes là uniquement pour enregistrer la commande sur l'ipad »,
- Annoncez n'importe quelle explication au client, « de toutes façons, ils gobent tout ce qu'on leur dit »,
- Restez ridicule jusqu'à la fin du service, car le client se paiera votre tête quand vous aurez dit une énormité
- Venez alimenter le Bétisier, perles authentiques comme celle-ci :



©Xavier Picca

### Au briefing :

- Le manager : « aujourd'hui, au plat du jour, vous avez des filets d'églefin à la crème d'aneth »
- Le serveur : « A quel parfum est-elle, la Danette ? »

# 1 - Les produits

**Indiquez ici les usages dans votre restaurant**

## Compétence 1 : quel est le niveau actuel ?

Prénom, Nom du collaborateur

.....



ne sait pas



possède des notions



sait et sait expliquer

## Plan d'action

.....  
.....



## Répondez aux questions suivantes et consultez les réponses

[www.andre-picca.fr/rubrique\\_1](http://www.andre-picca.fr/rubrique_1)

- 1 Comment s'appelle la spécialité qui étudie la nutrition ?
- 2 Comment se nomme la viande de vache ?
- 3 Quel est l'équivalent du blanc de poulet chez le canard ?
- 4 Que contient une persillade ?
- 5 Cette sauce froide et universellement connue, a été inventée à Mahon (Ile de Minorque). De quoi s'agit-il ?
- 6 80 % des clients les aiment, et pourtant, tous n'en commandent pas. De quoi s'agit-il ?
- 7 Comment appelle-t-on la peau des agrumes ?
- 8 Donnez 5 noms de variétés de pommes (fruits) ?
- 9 Quelle plante produit la mûre sauvage ?
- 10 Quelles sont les 7 variétés de glaces (desserts) ?

## 2 - Mettre en valeur les boissons\*



©André Picca—Hôtel Volubilis Douai

### Parlez des produits comme si vous les aimiez tous

- Mettre en valeur les vins, les cocktails sans alcool, est l'une des situations les plus agréables à vivre pour le serveur : sollicitation des 5 sens du client. De plus, vos arguments font travailler l'imaginaire de votre interlocuteur,

- Ne vous exprimez pas comme une encyclopédie du vin, les clients peuvent être cultivés, mais ils n'ont pas envie d'entendre un dictionnaire parler,

- Centrez vos propositions sur les produits originaux, c'est-à-dire ceux que le client ne trouveront pas ailleurs : cocktails, vins mis en bouteille chez le vigneron, eaux minérales locales, ...

- Avez-vous remarqué que le choix de bières artisanales et des spéciales s'élargit : les connaissez-vous ? Savez-vous en parler ?

### Devenir une véritable star de la vente

- N'utilisez plus le mot « apéritif », il renvoie à un produit alcoolisé, alors que cette famille de produit comprend des bois-

sons « soft »,

- Dites plutôt : « Comme boisson pour commencer, je vous propose ..... »,
- Ou « Pour vous rafraîchir, pendant que vous découvrez la carte, je vous propose ..... »
- Proposez 3 offres : valorisez 1 et 3 avec du langage qui parle aux 5 sens
- Utilisez les aides à la vente : les « live » : votre collègue qui vient de faire le tour de la salle avec le cocktail sur un plateau, par ex,
- Parlez de ce que les autres clients aiment.



©Couleurs Québec

### Enrichir ses compétences

- La dégustation n'est pas enivrante, si vous le voulez : dans les séances de découverte, recrachez le vin,
- L'exploration des produits par la dégustation est à la portée de toute personne motivée. Dans l'enseignement supérieur (ingénieur, par ex), des cours de dégustation sont organisés pour savoir parler des vins lorsqu'on reçoit une clientèle étrangère.
- Dans votre entreprise, dans votre entourage, vous avez repéré des connaisseurs : demandez-leur de vous parler des produits,



©Frédéric Jaunault—Mof Primeurs 2011

- Dans mes formations « Les débutants et les vins », j'utilise des jeux de dégustations, ils apprennent à mettre des mots avec bon sens, sur chaque étape de la dégustation.

- Pour comprendre l'élaboration artisanale ou industrielle du vin, visionnez « Mondovino », film de Jonathan Nossiter de 2004

- La passion du produit se développe ? Inscrivez-vous à un stage de perfectionnement. En 2017, une multitude existe et ils sont financés par l'Opca de votre branche.

### Bons mots à rappeler aux clients

« Heureux le pays qui, comme la France, peut draper sa nudité d'une jupe de vigne ».

Louis Orizet, Ingénieur agronome et écrivain, 20e

## 2 - Les boissons

Indiquez ici les usages dans votre restaurant

### Compétence 2 : quel est le niveau actuel ?

Prénom, Nom du collaborateur

.....



ne sait pas



possède des notions



sait et sait expliquer

### Plan d'action

.....  
.....



### Répondez aux questions suivantes et consultez les réponses

[www.andre-picca.fr/rubrique\\_2](http://www.andre-picca.fr/rubrique_2)

- 1 Un apéritif anisé est composé de 3 ingrédients. Dans quel ordre allez-vous les servir ?
- 2 Citez 2 vins de muscat qui se prennent en apéritif ?
- 3 Sur une bouteille, vous lisez l'expression « scotch whisky ». Où a été fabriqué ce produit ?
- 4 Quelle plante utilise-t-on pour aromatiser la bière ?
- 5 Sur une bouteille de vin, vous lisez les initiales « AOP ». Quelle en est la signification ?
- 6 Le vin est-elle une boisson : fermentée ?, distillée ?, ou pasteurisée ?
- 7 Qu'est-ce qu'un cépage ?
- 8 Comment obtient-on l'alcool dans le vin ?
- 9 Pourquoi devez-vous ouvrir une bouteille d'eau minérale ou de vin devant le client ?
- 10 De quoi est composé un café glacé ?



## 3 - Sourire, un devoir social



*Bonne  
Journée*

Source : Picture

### Effets sur le client

Le sourire :

- vous rend sociable : c'est l'un des objectifs de votre rôle dans le commerce, il met à l'aise votre client,
- Est contagieux : la seule maladie que vous acceptez de partager,
- Vous défend, dans un environnement inconnu.

### Effets sur vous

Le sourire :

- Vous rend confiant : encore un moyen de faire quelques gains en confiance,
- Modifie votre humeur : dopamine + serotonine = sentiment de bonheur
- Favorise l'aspect détendu, alors que la grimace transmet le stress,
- Fait baisser la tension artérielle,
- Vous rajeunit !!!!

### Parmi les versions du sourire

(selon Paul Eckmann, psychologue Us)

- Sourire chaleureux
- Sourire de politesse, de bienvenue
- Sourire de joie
- Sourire diplomatique
- Sourire ravi

### Effets sur l'équipe

- Le sourire vous rend complice d'une histoire, d'un événement, d'une aventure

### Et les yeux,

- De nombreuses expressions sont décelables dans le regard, le sourire en fait partie.

### Et les oreilles

- Le sourire s'entend aussi, soignez-le au téléphone.

### Usages du sourire

- Chez les japonais, le sourire exprime le doute, l'interrogation, l'embarras, la honte, l'amusement,
- En Russie, il n'est pas conventionnel de sourire à des inconnus,
- Les américains adorent montrer leurs dents blanches, c'est un signe de réussite socio-économique,

.....

### Pour aller plus loin

- <http://www.smilemuseum.fr/90-tout-sourire.html>
- Dernier mercredi du mois d'avril : journée nationale du sourire !
- Procurez-vous le Smile Scan : il mesure l'intensité de votre sourire, sur une échelle de 0 à 100

### Le bon dicton

*« L'homme qui ne sait pas sourire ne devrait pas tenir boutique ».*

Proverbe Chinois



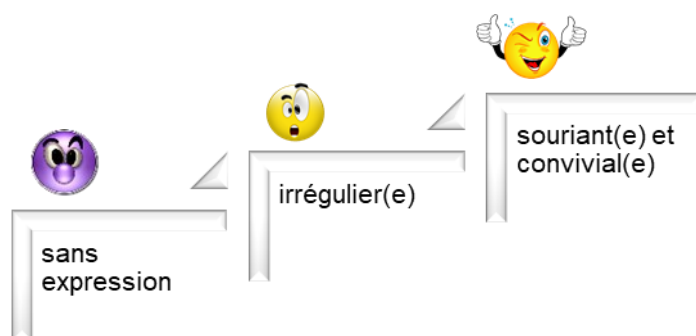
# 3 - Sourire, un devoir social

Indiquez ici les usages dans votre restaurant

## Compétence 3 : quel est le niveau actuel ?

Prénom, Nom du collaborateur

.....



## Plan d'action

.....  
.....



## Répondez aux questions suivantes et consultez les réponses

[www.andre-picca.fr](http://www.andre-picca.fr) rubrique 3



- 1 Sur quelles parties du visage le client appréciera-t-il votre sourire ?
- 2 Dans une communication verbale, qu'est-ce qui constitue 90 % de la qualité du message ?
- 3 Complétez cette expression : « l'accueil n'est pas le monopole ....., mais l'affaire de .... ? »
- 4 Comment s'appellent les 3 muscles du visage , seuls muscles activés, pour rire et sourire ?
- 5 Que peut vouloir dire l'expression : « être la caisse enregistreuse la plus souriante du restaurant « ?
- 6 Complétez cette expression pleine de vérité : Quelqu'un qui sourit est plus écouté qu'un autre qui « ... » ?
- 7 Complétez cette phrase : « sourire est un atout ..... » ?
- 8 Charles Trenet (poète, chanteur, 20e) a écrit : « un sourire et tout ..... ».
- 9 Complétez ce proverbe hindou : « un sourire que tu envoies ..... » ?
- 10 Complétez cette phrase : « Si les fleurs ont besoin de soleil, l'homme a besoin de ..... » ?

## 4 - Soyez Chic'In



Source : bibliothèque Bdom—Flickr.com

### Pourquoi être chic'in

- Toute fonction exercée en contact avec le public attend un look qui vous valorise,
- Vous n'aurez pas une 2e occasion de faire une bonne 1ère impression,
- La tenue reflète la qualité du travail que vous fournirez à vos clients,
- Une bonne présentation inspire le respect, c'est ce que vous attendez de vos clients.

### Uniformes imposées

Quelle que soit la catégorie d'établissements, l'uniforme a été choisi sur des critères de gamme de l'établissement, ou en lien avec le thème de l'entreprise.

**Un conseil :** Veiller à conserver cette tenue en parfait état de propreté et de repassage;

### Tenues vestimentaires imposées

Il vous appartient, dans ce cas, de respecter le descriptif fourni par le règlement intérieur ou le contrat de travail.

**Conseils :**

- Choisissez des vêtements résistants permettant un usage fréquent,
- Ne lésinez pas sur le nombre, car vous en changerez certainement tous les jours.

### Tenues vestimentaires libres de choix

- Super ! , mais les références culturelles sur le sujet sont vastes, il y a les vôtres, celui de votre chef de service et celui de la clientèle, c'est souvent un dilemme.

**Conseils:** Contrairement au diction, au travail, « l'habit fait le moine », ce qui veut dire que, si vous choisissez de vous habiller « comme tous les jours », votre comportement et votre manière de vous exprimer risquent d'être identiques à votre quotidien.



©André Picca

comme le fait un acteur de théâtre, et vous endoserez automatiquement le langage commercial et les attitudes qui correspondent.

### Les chaussures confortables

Avec 2 services par jour, vous marcherez près de 14 kms, performance physique associée au portage du matériel et au stress régulier.

**Conseils :**

- Les talons : évitez les formats trop hauts car ils favoriseront les scolioses, l'idéal étant une épaisseur de +- 2 cms,
- Les semelles : suffisamment épaisses, +- 1 cm par favoriser l'amortissement des pas, évitez les ballerines car vous demanderez à vos plantes des pieds de servir d'amortisseur,
- Le coup de pied : bien tenu, suffisamment serré pour éviter les échauffements,
- Matériau : résistant et facile à entretenir. Un vendeur de chaussures regardent comment vous les entretenez pour connaître votre personnalité

### Les bijoux

Plusieurs règles vous amèneront à être discret dans ce domaine :

- sécurité au travail : toujours en mouvement, vous risquez de vous accrocher,
- Hygiène alimentaire : les petites cavités de certains bijoux peuvent agglomérer de petites particules nocives

### Le conseil d'une styliste

« Le Style est une manière de dire qui vous êtes sans parler ».

Rachel Zoe,  
Contemporaine, Us

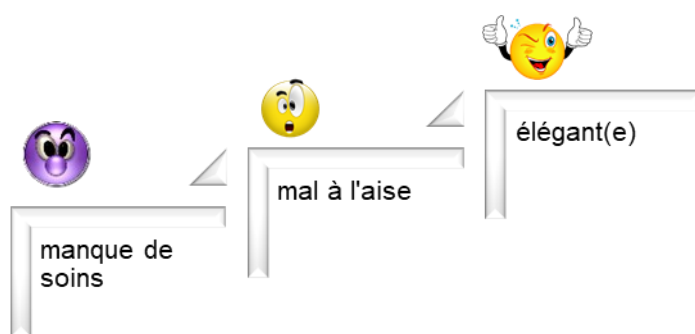
## 4 - Soyez Chic'in

Indiquez ici les usages dans votre restaurant

### Compétence 4 : quel est le niveau actuel ?

Prénom, Nom du collaborateur

.....



### Plan d'action

.....

.....



Répondez aux questions suivantes et consultez les réponses

[www.andre-picca.fr](http://www.andre-picca.fr) rubrique 4

- 1 Quelles sont les règles pour choisir ses chaussures ?
- 2 Grâce à vos chaussures, entre autres, vous en aurez : quel mot correspond à cette définition : « aptitude à résister à la fatigue et à la douleur » ?
- 3 Apporter du soin à sa présentation est une règle professionnelle. Chez quelqu'un, qu'observe-t-on sur lui pour l'évaluer ?
- 4 En 7 lettres, quel mot correspond à cette définition : « attitude qui amène à un laisser-aller général » ?
- 5 Pourquoi ne faut-il pas confondre le flacon de son parfum avec une lance à incendie ?
- 6 Dans votre restaurant, décrivez, dans la précision, les critères d'évaluation votre tenue vestimentaire ?

# 5— les 4c : une méthode universelle



©André Picca

## Quand se servir des 4C

- Dans toute situation de contact avec le client : de visu, au téléphone,
- Lors de conversations longues ou courtes,
- Pour prendre une réservation, une commande, effectuer un suivi de la table, lors d'un contact en fin de repas, sur le pas de la porte pour l'Au Revoir, .....

## 1—Prendre Contact

C'est une prise de contact maîtrisée :

- Elle ouvre les portes de la convivialité,
- Elle facilite la vente suggérée,
- Elle déclenche une bonne qualité de la relation avec le client.

### Conseils pour réussir l'étape :

- Soyez toujours prêt : stylo, blocs notes,
- Optez pour une attitude d'écoute.



## 2—Prendre en Charge, en Considération les attentes du client

Les objectifs :

- Cerner les attentes du client,
- Formuler des offres qui entrent dans ses références de consommation,
- Enregistrer sa commande

Comment :

- Utiliser des questions ouvertes,
- Proposer plusieurs choix ou solutions

## 3—Développer la Confiance

Le contrat verbal passe par la reformulation.

- Cette étape est utile pour démontrer au client pourquoi il peut vous faire confiance,
- Et le rassurer sur ce qu'il va se passer ensuite.

Comment ?

- Reformuler d'une façon détaillée,
- Attendre la réponse, l'approbation du client avant de passer à autre chose.

### Le conseil sportif

« Notre philosophie interne est la suivante : progresser, consolider et ensuite s'attaquer à la marche suivante. »

Flavio Briatore  
Coach, formule 1  
L'Equipe Magazine  
Avril 2002

## 4—Prendre Congé

Objectifs :

- C'est préparer le prochain contact
- « Ouvrir la porte » sur l'avenir.

A éviter :

- Les « au revoir » expéditifs.

\* Source : adaptation de la méthode, au restaurant, à l'hôtel, Claude Ney, André Picca  
Publication de l'Hebdomadaire L'Hôtellerie Restauration—1984—1985

## 5 - Les 4C

**Indiquez ici les usages dans votre restaurant**

### Compétence 5 : quel est le niveau actuel ?

Prénom, Nom du collaborateur

.....



ne sait pas



possède des notions



sait et sait expliquer

### Plan d'action

.....  
.....

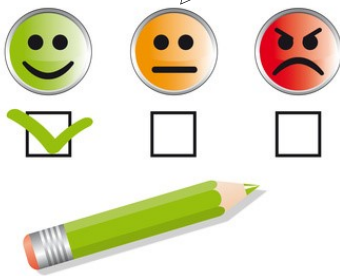


### Répondez aux questions suivantes et consultez les réponses

[www.andre-picca.fr](http://www.andre-picca.fr) rubrique 5

- 1 Quel verbe signifie ceci : « donner une marque extérieure de politesse, de respect et d'honneur » ?
- 2 Que veut dire l'expression : « agir avec tact » ?
- 3 Une femme et un homme entrent au restaurant. Lequel des 2 est censé entrer en premier ?
- 4 A partir de quelle heure peut-on dire « bonsoir » ?
- 5 Trouver ce mot, en 10 lettres, qui trouve son origine dans la langue arabe, et qui signifie : « rendre des politesses et des révérences exagérées » ?
- 6 Selon les règles du savoir-vivre, quel point y-a-t-il entre le potage, le fromage et les fruits ?
- 7 D'un serveur mal élevé, on pourra dire ce dicton : « ce n'est pas la politesse qui ..... ».
- 8 D'où vient l'expression : « se mettre sur son 31 » ?
- 9 Une femme et un homme s'avance à table. Lequel des 2 choisira sa place en 1er ?
- 10 Monsieur, vous descendez les escaliers accompagné d'une femme. Serez-vous positionné avant ou après votre compagne ?

## 6—Implication, Motivation



©Cinov-it

**NB de l'auteur** : une entreprise de service s'organise pour améliorer le climat de travail, une organisation efficace, ses méthodes de management. En ma qualité de formateur-coach, je remplis ce type de missions sur le terrain, et j'y tiens un discours similaire à un coach sportif qui booste ses jeunes dans le club d'un petit village. Nous savons tous que le talent du leader joue un rôle dans la création du climat. Dans cette fiche technique, je ne m'adresserai qu'à vous, collaborateurs, car vous avez votre part de contribution : comme sur un vélo, c'est vous qui décidez d'appuyer sur les pédales et de lâcher les freins.

Et comme démonstration, je laisse le soin à des célébrités professionnelles ou à des coaches de vous fournir l'inspiration nécessaire.

### Tournées vers le client

- « La Gentillesse, ..., a le pouvoir de nous élever un peu, de nous ennoblir, en un minimum d'efforts ». Emmanuel Jaffelin, philosophe
- « Dans les métiers de la salle, il y a 25 % de technique et 75 % de relationnel » - Fabrice Geneste, 2008, formateur Chez Clément—Paris. Cela veut dire que la satisfaction du client se crée aussi, et surtout, avec un bon relationnel.
- Donner l'hospitalité, selon définition d'Alain Ducasse, c'est de la « Générosité, de la bienveillance, de la cordialité dans la manière de traiter ses hôtes ». (définition du Larousse). Nous sommes là bien loin de la définition basique de l'accueil. j'utilise sou-

vent l'expression « convivialité commerciale ».

### Tournées vers l'équipe

Voici quelques définitions inspirées par Yvette Nico , bloggeuse :

- « Certains ne proposent jamais leur aide, mais sont très doués pour critiquer ceux qui agissent : **Commentateurs** »
- « Certains aiment semer la zizanie en entraînant les autres dans la médisance et la critique : **Zazi-Tateurs** ».
- « Il y a ceux qui se soucient des autres et tiennent parole quand ils s'engagent. Ils sont toujours prêts à faire plus que leurs propres leurs activités quand il s'agit de donner un coup de main aux autres, sans abandonner leur rôle principal : **Chouette-Tateurs** »;

### Le conseil du philosophe

« Veux-tu être heureux ?  
Donne du bonheur ».

Antoine de Saint Exupéry  
Ecrivain, 20e siècle

### Motivation pour vous-même

- « C'est à partir de l'observation d'un comportement que l'on peut dire qu'une personne est motivée, ou non » : Lapalissade ! Ne dites plus : « je suis motivé ! », démontrez-le !
- Travailler aussi pour vous : « des clients satisfaits font du personnel heureux ».
- « Il n'y a que dans le dictionnaire que Réussite vient avant Travail ». Pierre Fornerod, journaliste Ouest France
- « Dans la vie, il faut avoir de la chance, mais, il faut savoir donner un coup de pied aux fesses à la chance ». Alain Rabier, retraité, ex-directeur d'un Relais & Châteaux.

### Le rôle du chef d'équipe

- « Tout individu est motivable, le tout est de savoir comment ». Robert Moyson—Le Coaching—Ed DeBoeck Université
- "Pour donner du désir à ses équipes, il faut avoir des projets". Marc Veyrat dans Le Manager inspiré—Stephane Waller, Ed d'organisation

## 6 - Implication, motivation

Indiquez ici les usages dans votre restaurant

### Compétence 6 : quel est le niveau actuel ?

Prénom, Nom du collaborateur

.....



démotivé(e)



n'en voit pas l'intérêt



a le sens du client

### Plan d'action

.....  
.....



### Répondez aux questions suivantes et consultez les réponses

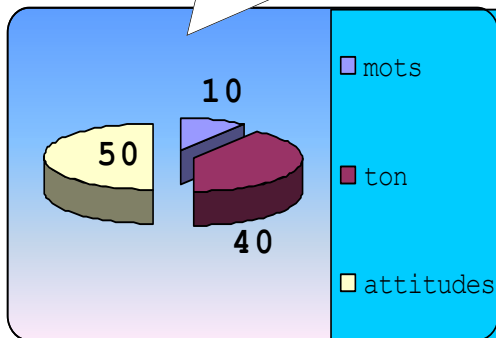
[www.andre-picca.fr](http://www.andre-picca.fr) rubrique 6

1 Si vous deviez créer une radio destinée à l'ensemble de l'équipe, elle s'appellerait R C C. Quelle pourrait en être la signification ?

- 2 Evidemment, vous n'êtes pas concerné par ce comportement qui consiste à être de mauvaise humeur. Quel adjectif utilise-t-on pour le qualifier ?
- 3 Bien sûr, vous l'êtes. Quel adjectif utilise-t-on pour qualifier quelqu'un qui sait garder des secrets ?
- 4 Quel adjectif utilise-t-on pour qualifier quelqu'un qui voit tout ce qui échappe à d'autres ?
- 5 Quel adjectif vous sert à qualifier quelqu'un qui est toujours de bonne humeur ?
- 6 Certains en sont atteints, ils ne cessent de mentir et d'inventer des histoires. Comment les qualifie-t-on ?
- 7 En langage populaire, si l'on dit de quelqu'un qu'il « peint la girafe », que fait-il ?
- 8 Que veut dire l'expression « marcher à pas de loup » ?
- 9 Comment qualifie-t-on quelqu'un sans expérience et prétentieux ?
- 10 Dans certains commerces, le personnel peut manquer d'amabilité. On dit qu'ils sont gracieux comme ... ..?



## 7 - Le Ton, c'est bon !



Dans la communication verbale, le ton contribue, pour 40 %, à la qualité du message.

### Trouver le bon volume de votre voix

- Un volume trop fort peut être le signe d'agression, d'énerverment, de colère,
- Un volume trop bas est signe de timidité, de manque d'assurance,
- Quelle que soit la densité de fréquentation, le stress lié au service, trouvez le bon volume pour être entendu et compris, voire pour apaiser des situations.

### Agir sur le timbre

- En musique, la qualité du timbre donne « une couleur » à l'instrument : faites de votre voix un beau tableau sonore !
- Une voix grave est signe de calme, une voix aigue exprime des émotions comme la joie ou la contrariété,
- La modulation de la voix capte l'attention, le ton monocorde assouplit son auditoire,
- Appuyez sur certains mots, les mots-clefs importants pour le client, prononcez-les comme s'ils étaient en MAJUSCULE.
- Votre timbre de voix (ça se travaille), contribuera à la bonne ambiance dans votre espace de travail avec la clientèle.

### Maîtriser le débit

- Trop rapide, il ne permet pas aux

clients de vous suivre dans vos propos, il est signe d'anxiété,

- Trop lent, il assouplit,
- Quand il s'accélère, il montre de l'enthousiasme, mais il peut aussi être le signe d'un trac.

### Articulez !

- Les clients viennent dans votre établissement pour manger, se nourrir, et non pas vous voir « manger vos propos » quand vous marmonnez,
- Vous travaillez dans un environnement bruyant, apportez du soin à bien articuler chaque mot,
- Au téléphone, aussi !

### Le silence maîtrisé

- Votre pire ennemi sera le silence prolongé, celui d'un commerçant qui se réfugie dans le mutisme, au prétexte que tout est écrit sur le support commercial,
- Votre ami sera le silence que vous ferez pour écouter ce que vos clients ont à vous dire.

### Le conseil du philosophe

« Celui qui sait parler sait aussi quand il faut parler ».

Plutarque,  
Philosophe romain

### Oui, vous avez l'accent !

- Oui, vous avez gardé l'accent quand vous êtes né(e) du côté de ....
- Parce que le conformisme de certaines écoles consiste à lisser les accents, faites le contraire : cultivez le fait que votre accent régional (en toute modération) laisse place à l'expression de votre personnalité,
- Conserver son accent en utilisant le langage commercial, bien sûr !



Commune française fictive inventée en mars 2006 pour les besoins d'une campagne publicitaire vantant les services de Voyages-sncf.com.

## 7 - Le ton

Indiquez ici les usages dans votre restaurant

### Compétence 7 : quel est le niveau actuel ?

Prénom, Nom du collaborateur

.....



### Plan d'action

.....  
.....



### Répondez aux questions suivantes et consultez les réponses

[www.andre-picca.fr/rubrique\\_7](http://www.andre-picca.fr/rubrique_7)

- 1 Expliquez pourquoi, dans un monologue, les interlocuteurs ne retiennent que 20 % des propos ?
- 2 Comment définissez-vous un comportement empathique ?
- 3 Comment s'exprime celui qui « parle dans sa barbe » ?
- 4 Comment qualifier le défaut chez un serveur « qui parle avec abondance et rapidité ? »
- 5 Et que veut-on dire quand un serveur annonce ?
- 6 Parfois le client ne comprend pas ce que vous dites, vous « baragouinez ». Quels sont les 2 mots bretons qui ont permis de composer ce verbe ?
- 7 Selon l'auteur de ces fiches techniques, quelle définition donne-t-il à un S P A M ?

## 8 - Attitudes avec les clients

Conviv'Action<sup>©</sup>



Source : Pixabay

### Un geste vaut 1 000 mots

- En soignant votre attitude et vos mouvements, vous ferez preuve de sincérité, et démontrerez votre engagement et votre enthousiasme,
- Être sincère, croire en ce que vous dites, vous soucier de vos clients, êtes sûr de vous, rester maître de la situation : autant d'expressions qui passent par les bonnes attitudes, sans dire mot,
- Vos gestes parlent ? Suivez aussi les gestes de vos interlocuteurs, ils vous donneront des informations comme vous, vous leur en donnez.

### Les gestes mobilisent l'attention

Exprimez-vous avec :

- la tête (cf. le Sullivan Nod de Michel Kossossey— Le Service qui Vend ! —1994)
- Les mains, sans gesticulation,
- Des gestes qui restent au niveau des épaules, car ceux qui passent au-dessus de la tête marque trop la grandeur de votre « idée »,
- Et ceux qui sont placés au niveau de la taille sont signe de rejet et de désapprobation.

### Le visage exprime sentiments et émotions

L'impassibilité est un atout maître pour le joueur de poker, ..., et un handicap pour le commerçant.

Le visage reflète votre sincérité et peut exprimer :

- La surprise, la joie, la curiosité, l'incrédulité,

- La peur, la confusion, le dégoût, la colère, la tristesse.

### Le regard soutenu

- Le regard direct est signe de franchise et oblige vos interlocuteurs à se concentrer sur ce que vous dites,
- Avoir un regard soutenu consiste à regarder directement son interlocuteur, oui mais.....
- En fixant le visage dans sa globalité, et non pas en le fixant « droit dans les yeux »,
- Avec un regard circulaire, c'est-à-dire qui regarde à tour de rôle tous les clients de la table,
- utilisez vos notes, l'ardoise, la carte d'une manière furtive, permet aux clients de vous suivre dans votre démonstration.

### Donnez une bonne 1ère impression

Les **20 1ers mètres** : énergique, calme, serein, ou angoissé,

Les **20 1ers cms du visage** : sourire ou gueule de bois ?

Les **20 1ers gestes** : un geste par expression,

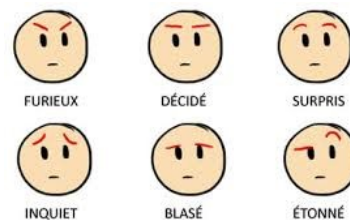
Les **20 1ers mots** : des mots choisis, des mots forts qui marquent le client,

Les **20 1ères secondes** : très optimiste.

### Supprimer les gestes qui tuent « ce que vous voulez dire »

- Balancement nerveux, s'accrocher à la table, tapoter votre stylo sur la tablette, pincer les lèvres, faire des grimaces, passer la main dans les cheveux, sur les vêtements, ... et tant d'autres.
- Les mimiques, comme serrer les dents, les tics nerveux, renifler, se racler la gorge,
- les regards détournés, d'une manière continue vers les autres clients, ou pire, vers l'ardoise, la carte, parce que vous ne connaissez pas vos produits, votre offre,

Source : Le Forum Dessiné



### Le conseil du philosophe

*« Ce que vous êtes parle si fort qu'on n'entend pas ce que vous dites ».*

Ralph Waldorf Emerson  
Philosophe américain  
19e siècle

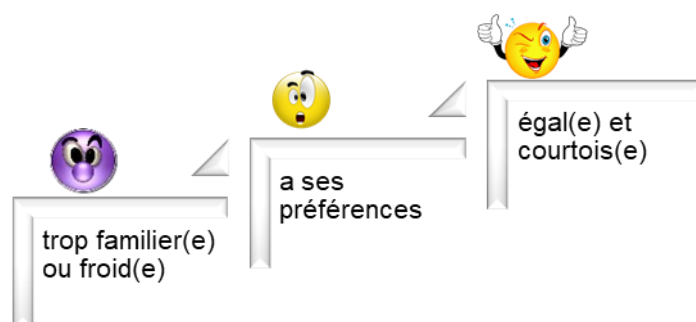
## 8 - Attitudes

Indiquez ici les usages dans votre restaurant

### Compétence 8 : quel est le niveau actuel ?

Prénom, Nom du collaborateur

.....



### Plan d'action

.....

.....



### Répondez aux questions suivantes et consultez les réponses

[www.andre-picca.fr/rubrique\\_8](http://www.andre-picca.fr/rubrique_8)

1. Enumérez des réactions humoristiques qui sont désagréables à supporter par le client ?
2. Comment faites-vous pour observer, suivre une table discrètement ?
3. Défauts : quels sont les signes d'énervement qu'un serveur peut donner aux clients ?
4. Enumérez plusieurs façons de regarder le client désagréablement ?
5. Quel est le contraire de la modestie, de la simplicité ?
6. Rien ne change sur ce point : selon un sondage réalisé en 2004 par l'institut Fournier et NéoRestauration, quel est le % de clients qui estiment primordial l'amabilité du personnel ?
7. Au restaurant, ce serveur ne fait pas sérieux, à Lyon, son bâton est redouté. De qui s'agit-il ?
7. Après l'avoir choisi, on décide de l'exercer. En avoir, c'est être expérimenté. Il peut être à tisser. De quoi s'agit-il ?
8. Humour au 2e degré : comment se nomme celui qui entretient les cheminées ?
10. Que signifie ce proverbe ch'ti : « t 'as bien un grand pontificat » ?

# 9 - Elocution Claire ! Communication Inter-Active



Source : Pixabay

## Pourquoi ?

- Pour proposer un produit qui corresponde aux besoins du client : c'est une évidence dans de nombreux commerces,
- Et en restauration ? C'est vrai aussi, car une fois le choix de l'enseigne fait, cartes et menus contiennent des offres très variables, pour un besoin de consommation à l'instant T.

## Qui est la star, dans un espace de restauration ?

- Le barman ? Le Serveur ? Le Cuisinier ?
- Aucun des 3.
- C'est le CLIENT.
- Car, tous occupent des 2e rôles, y compris, officiers, plongeurs, patron, chef d'équipe, et ils sont au service de l'acteur principal de la pièce de théâtre : le client.

## Dominez votre communication

- Choisissez des mots et des expressions compréhensibles par le client,
- Soignez vos attitudes, le ton, les gestes qui parlent plus que vos paroles,
- Faites des phrases simples, composées de mots et expressions de votre langage courant et commercial bien sûr,
- Donnez dans la convivialité, écoutez votre R.C.C. préférée (Radio Convivialité Client).

## Parlez « activement »

- Votre commerce est un espace de vie et de détente : prenez le temps pour vous faire comprendre, sans excès,
- Si les clients ne « boivent » pas vos paroles, demandez-vous si vous ne mangez pas les vôtres en parlant trop vite,
- N'utilisez plus ces mots qui tuent vos arguments : « petit », ces attitudes aussi silencieuses qu'une carpe, ....
- Souriez, vous êtes filmés, en permanence par les clients,
- Le sourire, c'est aussi dans le regard,
- Ne faites plus de phrases au temps négatif,
- Adressez-vous au client par son nom (sans excès),

## Comprenez-le

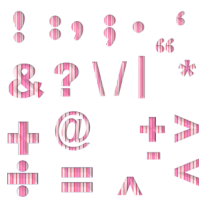
- Concentrez-vous sur ce que dit le client, et utilisez ses mots et expressions pour lui répondre,
- Dès que le client dit quelque chose de remarquable, mettez-le en valeur par une expression comme « c'est un bon choix », « excellente idée », le tout sans excès,

## Ponctuez !

- La dernière expiration est suivie d'un décès : prenez le temps ... de rythmer ... ce que vous dites .. par des inspirations salvatrices ...

## Ré-apprenez la ponctuation :

- 1 virgule pour « distinguer des groupes de mots »,
- 1 point pour « permettre à son interlocuteur de « digérer » ce qui a été dit »,
- 1 point d'exclamation pour marquer une surprise, une admiration ».



Source : Pixabay

## Le conseil du sportif

*« J'aime bien observer les autres. On ne le fait pas assez. Aujourd'hui, c'est une qualité d'observer et d'écouter les gens, alors qu'avant, c'était normal »*

*Youri Djorkaeff, foot  
Avril 2002*

## 9 - Elocution

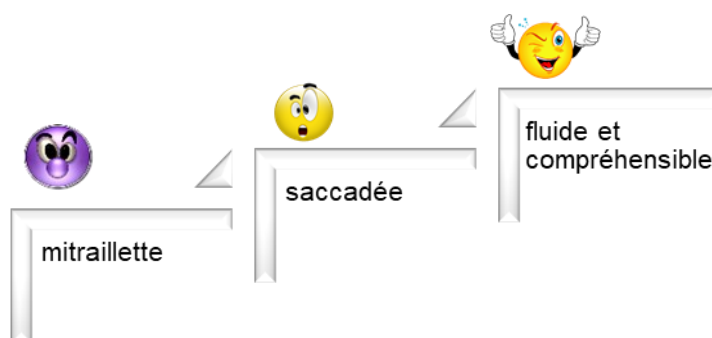
Conviv'Action<sup>©</sup>

Indiquez ici les usages dans votre restaurant

### Compétence 9 : quel est le niveau actuel ?

Prénom, Nom du collaborateur

.....



### Plan d'action

.....

.....



### Répondez aux questions suivantes et consultez les réponses

[www.andre-picca.fr](http://www.andre-picca.fr) rubrique 9

- 1 Pour vous, que peut vouloir dire cette expression : « on parle la même langue, mais pas le même langage » ?
- 2 Exercice pour améliorer votre articulation, répéter 3 fois à la suite : « Un généreux déjeuner régénérerait des généraux dégénérés »?
- 3 Si vous êtes en érubescence, comment vous sentez-vous ?
- 4 Le mécanicien parle un langage mécanique que le client ne comprend pas, l'informaticien aussi. Quel est le langage technique que vous allez supprimer dans votre métier ?
- 5 Quel adjectif pourrait définir la présentation d'un produit d'une manière ennuyeuse et monotone ?
- 6 Dans un échange avec un client, que signifie « respecter la règle des 2/3 et 1/3 » ?
- 7 Quelle est l'origine régionale de ce dicton : « Celui qui répond avant d'écouter, c'est pour lui folie et confusion » ?

# 10 - Bien questionner pour bien s'informer



## 4 types de questions

Sur la multitude de formules de questionnement enseignées dans les écoles de vente, nous n'en retiendrons que 4 :

- À utiliser au bon moment
- Pour obtenir de bonnes réponses

### Question Ouverte

Surtout, au 1er contact, au téléphone, à l'accueil, à table,

- Commencez vos phrases par

**Qui**  
**Quand**  
**Quoi**  
**Où**  
**Comment**  
**Pourquoi**  
**Combien**

- Vous obtiendrez une multitude d'informations, elles vous permettront de mieux proposer et de bien vendre.

- ⇒ « Que puis-je faire pour vous ? »
- ⇒ « A quelle heure souhaitez-vous être parti ? »
- ⇒ « Comment trouvez-vous la suggestion que je vous ai faite ? »

### Question Ricochet

Permet de faire apporter des précisions par le client, en cours d'entretien :

- ⇒ « Est-ce que tout vous convient ? Qu'est-ce qui vous a le plus étonné ? »
- ⇒ « Pour votre réservation, pouvez-vous me donner plus de précisions, s'il vous plaît ? »
- ⇒ « Vous voulez manger des spécialités régionales. Qu'avez-vous déjà découvert de notre région ? »

### Question Alternative

Pour proposer plusieurs solutions et laisser le client décider lui-même :

- ⇒ A la réservation : « nous avons encore de la place dans la salle principale et en mezzanine. Que préférez-vous ? »
- ⇒ « Pour terminer, je vous propose (et enchaînez avec la technique 1,2,3) »

### Question Fermée

C'est un excellent moyen pour passer un contrat « verbal » :

- ⇒ « J'ai bien noté votre réservation (reformuler dans les moindres détails). C'est exact ? »
- ⇒ « Je récapitule : 3 bières pression de printemps, 3 Cola light, 2 menthes à l'eau, 1 café au lait. C'est exact ? »
- ⇒ « Pour vous, j'ai bien noté votre commande (reformuler avec précisions, plats, type de cuisson, garnitures). C'est bien ça ? »
- ⇒ « Prendrez-vous un 2e café ? »

### Le conseil du sportif

*« Lorsqu'on sait qu'on a envie de gagner, et comment on peut gagner, on a répondu à pas mal de questions ».*

*Stéphane Diagana, Athlétisme, novembre 2001*

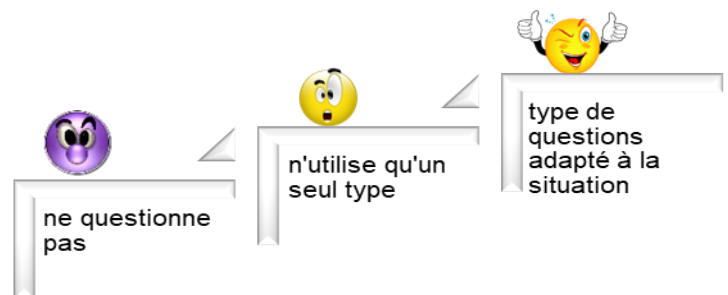
# 10 - Les questions

Indiquez ici les usages dans votre restaurant

## Compétence 10 : quel est le niveau actuel ?

Prénom, Nom du collaborateur

.....



## Plan d'action

.....

.....



## Répondez aux questions suivantes et consultez les réponses

[www.andre-picca.fr](http://www.andre-picca.fr) rubrique 10

- 1 Que direz-vous à la place de « ça s'est bien passé » ?
- 2 En communication commerciale, qu'est-ce que le « feed-back » ?
- 3 Que direz-vous à la place de « Un petit café » ?
- 4 Pour mettre en valeur un produit, vous pouvez introduire des catégories de mots. Comment les nomme-t-on ?
- 5 Que direz-vous à la place de : « vous ne prendrez rien d'autre » ?
- 6 Que direz-vous à la place de : « Pas de dessert » ?
- 7 Lorsque vous installez un client à une table proche de l'allée de grand passage, ce dernier vous dit : « En fait, auriez-vous une autre table, s'il vous plait ? ». Que comprenez-vous ?
- 8 A un client qui vous dit « j'ai peur que ce soit trop long », que lui répondez-vous ?
- 9 Avec certains clients, il y en a un peu plus. Albert Einstein l'a beaucoup étudiée. De quoi s'agit-il ?
- 10 Quelles sont les formulations incorrectes : « je m'excuse », « je m'en excuse », « veuillez « m'excuser », « excusez-moi » ?



# 11 - Appâtez vos clients ! Avec A P A



©Frédéric Jaunault—Mof Primeur 2011

## Comment faire?

En organisant votre argumentaire de la façon suivante :

- ⇒ **A** Présentez l'Argument, tel quel,
- ⇒ **P** Prouvez l'exactitude de votre information
- ⇒ **A** Dites au client les Apports, les bénéfices qu'il tirera du fait de consommer le produit.

## Donnez de la pêche à vos arguments

### Pourquoi ?

- Parce que le client sera plus sensible aux preuves que vous apporterez, qu'à l'annonce simple d'un fait sans démonstration,
- Parce qu'il sera sensible aux bénéfices qu'il tirera de cet achat, si vous savez les lui annoncer.

## Quand appliquer la méthode ?

- A tout moment où vous pouvez profiter de faire la promotion d'un produit particulier,
- Au téléphone,
- Lorsque vous proposez une table, un emplacement dans la salle,
- Lors de la présentation de la suggestion du jour,
- Lorsque vous conseillez un vin,

- Quand vous voulez faire une vente additionnelle : au bar, en service « limonade », au restaurant,
- Pour mettre en valeur les boissons, desserts, café, .....

## Exemples

### Cocktail Bonheur

Je vous conseille le cocktail Bonheur, très parfumé, **(A)**

Composé d'une pointe de rhum blanc, de jus d'orange et de sirop de violette, **(P)**

Des arômes qui vous donnent l'occasion de vous évader. **(A)**

### Rouget à l'Escabèche

C'est un plat de caractère agréable, **(A)**

La recette appliquée par le chef permet de conserver toutes les saveurs du rouget. **(P)**

Ce sera l'occasion de manger un véritable pièce entière. **(A)**

### Paella de la mer

Je vous conseille la belle paëlla de la mer, **(A)**

Avec des moules, des gambas, du saumon et du cabillaud, **(P)**

L'occasion de profiter de l'arrivage du jour. **(A)**

### Table ronde (3 personnes)

Je vous propose de vous installer à cette table ronde **(A)**

Vous pourrez aisément y poser vos documents **(P)**

Le temps de prendre le temps de déjeuner, et de travailler ensuite **(A)**

## Le conseil régional

« N'est pas bon ce qui est bon, mais ce qui plaît .»

« N'è pâ bon ce ké bon mé ce ki plè »

Proverbe savoyard



©André Picca - Le Benjamin—85—Dissay

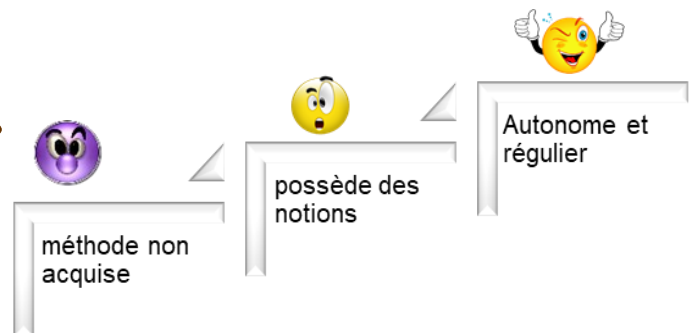
# 11 - Argumentaires

Indiquez ici les usages dans votre restaurant

## Compétence 11 : quel est le niveau actuel ?

Prénom, Nom du collaborateur

.....



## Plan d'action

.....

.....



## Répondez aux questions suivantes et consultez les réponses

[www.andre-picca.fr](http://www.andre-picca.fr) rubrique 11

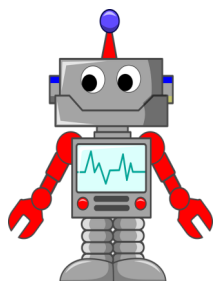
- 1 En dehors des grandes occasions (Saint Valentin, fêtes des Mères, etc), et à une table festive, pourquoi faut-il repérer les motivations des clients ?
- 2 En quoi consiste le principe de la « vente douce » ?
- 3 Que sont les « ventes additionnelles » ?
- 4 Concernant les ruptures de produits, quelle est la règle n° 1 ?
- 5 Et la règle n° 2 ?
- 6 Et la règle n° 3 ?
- 7 Complétez cette phrase, car telles seront vos explications : « Etre .... comme de l'eau de roche » ?
- 8 Quels sont les 2 usages de votre stylo ?
- 9 Donnez 2 astuces qui vous permettront de faire partager des expériences gustatives aux clients ?
- 10 Complétez cette expression : « un bon serveur vendeur est celui qui prend plaisir à faire des .....  
..... au produit .....

# 12 - Les mots qui font vendre !



## Pourquoi se servir de la méthode ?

Pour montrer que vous n'êtes pas un robot au langage limité :



Source : Wikipedia

« b'jour »  
Apéritif ?  
Choisi ?  
Ça a été ?  
Bien passé ?  
Pas de dessert ?  
Rien d'autre ?  
Petit café ?

## Quand appliquer la méthode ?

Dans toutes les occasions que vous créez pour valoriser un produit : la boisson du jour, la suggestion, le produit du mois, .....

## Comment solliciter le regard du client ?



Source : Wikipedia

- En utilisant des mots « grands » : splendide, superbe, généreux, .....
- En faisant le tour de la salle avec des plateaux garnis,



Source : Pixabay

## Comment être entendu par le client : l'Ouïe ?

- Révisez vos cours de communication commerciale, où l'on apprend à ne plus faire de Spam (Superbe Parole Audible que de Moi, donc non compréhensible par le client) : ralentissez votre débit, articulez, gardez votre accent, raisonnablement, ponctuez les mots au bon endroit,
- Utilisez des adjectifs valorisants.

## Comment alerter le Toucher ?

- Pas de mégarde : on ne touche pas les clients !
- Faites parler les sensations tactiles que le client aura en bouche
- Utilisez le bon vocabulaire : moelleux, pétillant, juteux,
- Mettez en valeur la méthode de cuisson : sauté, poêlé, grillé,

## Comment solliciter l'Odorat du client ?

- Prenez le temps de traverser la salle avec les plats très aromatiques, sans lenteur excessive,
- Parlez des arômes. Comment ? En connaissant bien les ingrédients qui composent la préparation.



## Comment vendre avec le Goût ?

- Faites parler vos expériences gustatives,
  - Rapportez les expériences des autres clients,
- Dans chaque phrase, mettez au moins un adjectif du goût.

## Le conseil d'un pro

*Le marketing « pratique », c'est vivre comme un client.*

*Faire jouer nos sens, voir, entendre, toucher, sentir, goûter, sont facteurs d'expériences.*

Philippe Callot  
Fables de gestion et de marketing

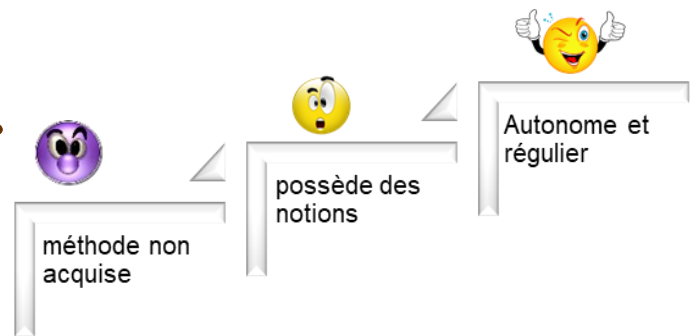
## 12 - Les mots qui font vendre

Indiquez ici les usages dans votre restaurant

### Compétence 12 : quel est le niveau actuel ?

Prénom, Nom du collaborateur

.....



### Plan d'action

.....

.....



### Répondez aux questions suivantes et consultez les réponses

[www.andre-picca.fr](http://www.andre-picca.fr) rubrique 12

- 1 Quelle est la saveur d'un vin blanc sec ?
- 2 Citez 5 noms communs ou adjectifs qui vous permettront de mettre en valeur un produit au niveau du goût ?
- 3 Quand on parle de l'odeur d'un bon café, de quoi parle-t-on ?
- 4 Lorsque les produits sont présentés au buffet, quels conseils donnerez-vous aux clients pour l'inciter à les choisir ?
- 5 Pour bien valoriser les produits, outre le langage des 5 sens, quel est le 6e sens que vous utiliserez avec modération ?
- 6 Quel est le sens qui reste le plus longtemps dans la mémoire ?
- 7 Citez 5 noms communs ou adjectifs qui vous permettront de mettre en valeur un produit au niveau du toucher ?
- 8 Citez 5 noms communs ou adjectifs qui vous permettront de mettre en valeur un produit au niveau de l'odorat ?
- 9 Citez 5 noms communs ou adjectifs qui vous permettront de mettre en valeur un produit au niveau de la vue ?
- 10 Dans quel cas dit-on d'un plat du jour qu'il « fait choux blanc » ?

## 13 - Proposer plusieurs solutions

### SUPERVENDEUR



### L'art de tenter l'autre

Parce que les clients retiennent, à l'oral, uniquement les 1ers et les derniers mots :

- Repérer **d'abord** les attentes et besoins du client,
- Identifier ce qui est important pour eux,
- Souvenez vous des consignes données lors du **briefing** avant le service,

et

- Limiter vos présentations de produits à 3 choix,
- Mettez bien en valeur le **1er** et le **dernier produit**.

### Comment ?

En organisation votre argumentaire de la façon suivante :

**1- Ce que vous direz : 3 mots sur la composition ou les saveurs + 3 qualificatifs attrayants (langage sensoriel)**

**2- Citez juste le nom du plat**

**3- Ce que vous direz : 3 mots sur la composition ou les saveurs + 3 qualificatifs attrayants (langage sensoriel)**

### Quand appliquer la méthode ?

- A tout moment où l'on peut profiter de faire la promotion de produits,

- À l'installation à table : « pour commencer votre repas, comme boisson, je vous propose 1-2-3 (boisson sans alcool et avec alcool) »,
- À l'installation au bar, en terrasse,
- Lors de la présentation des suggestions,
- Pour réaliser des ventes additionnelles (vins, eaux minérales, soft, desserts, boissons chaudes, ...)

### Exemples

Comme entrée, je vous conseille

- **Soit, la terrine du chef, réellement faite maison, un délice à base de foie de volaille, aromatisé au cognac et aux herbes de Provence,**
- Ou bien, l'assiette fraîcheur,
- **Ou alors, le tartare de saumon, en petits dés avec une pointe d'aneth, un assaisonnement de crème fraîche et une huile d'olive Aoc de Provence.**

En plat du jour, je vous conseille

- **Soit une choucroute au jarret, 400 gr avec un chou cuit au vin blanc, fondant et bien parfumé avec les baies de genièvre**
- Ou une tête de veau
- **Ou alors, la véritable choucroute alsacienne, avec ses 7 charcuteries, savoureux à déguster avec un vin blanc sec, d'Alsace bien sûr.**

### Le conseil du sportif

*C'est bien d'être beau, mais il faut être efficace ».*

Brice Guyart, Escrime,  
l'Equipe Magazine, juillet  
2000



Source :  
Wikimedia Plat du  
Jour L'isle sur Sorgue

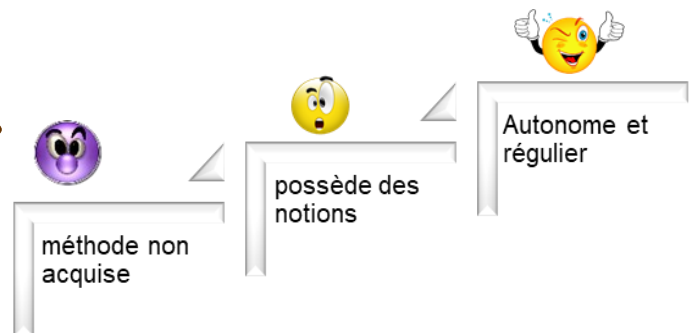
# 13 - Proposer plusieurs solutions

Indiquez ici les usages dans votre restaurant

## Compétence 13 : quel est le niveau actuel ?

Prénom, Nom du collaborateur

.....



## Plan d'action

.....

.....



## Répondez aux questions suivantes et consultez les réponses

[www.andre-picca.fr](http://www.andre-picca.fr) rubrique 13

- 1 Quel adjectif est souvent utilisé au diner pour valoriser un plat ?
- 2 Quels sont les 2 usages de votre stylo ?
- 3 Quelle définition donneriez-vous au terme « vente suggestive » ?
- 4 Au restaurant, quel est le résultat d'une « vente à l'arrache » ?
- 5 Quel adjectif conviendrait pour expliquer l'état de votre client « lorsque vos explications ne sont pas claires » ?
- 6 Donnez un synonyme du verbe « conseiller »
- 7 Quelles sont les qualités d'un vin corsé ?
- 8 Pourvu que vous n'en soyez pas : comment se nomme cette personne qui vend n'importe quoi ?
- 9 Complétez cette citation de Jacques Puisais, œnologue : « le goût représente un ensemble d' ....., et donc, il est source de plaisirs et de déplaisirs ».
- 10 Quelle est la saveur d'un vin « demi-sec » ?

# 14 - Les freins à la vente



## Définition de l'objection

C'est un argument présenté par un client à l'égard de la proposition du vendeur, donc avant de décider d'acheter. Bien qu'un vendeur ne soit pas à l'aise devant une objection, c'est un signe que le client est intéressé par la proposition.

### Exemples :

- ⇒ Cet apéritif n'est-il pas trop alcoolisé ?
- ⇒ Votre proposition de bière de printemps : qu'a-t-elle de particulier ?

## La méthode que vous n'appliquerez plus

- ⇒ Le « ping pong », escalade verbale qui ne se termine pas toujours par des mots.



## Proverbe régional

« Il y a trois sortes de gens qui ont la liberté de tout dire :

Enfants,

Fous

Et ivrognes ».

« I a tres sorto de gènt qu'an liberta de tout dire : Enfant, fou e embria.

Proverbe provençal

## A chaque type d'objections, sa technique de réponse

### Objection « réelle »

Elle révèle le véritable intérêt du client :

- ⇒ Ex : « Je ne connais pas l'églefin »

**La bonne technique pour répondre: INTERROGER, puis REFORMULER**  
**INTERROGER** : « quel type de poisson aimez-vous d'habitude ? »

« Les poissons maigres et sans trop d'arêtes »,

**REFORMULER** : « Et bien, justement, il s'agit d'un poisson à chair blanche, pas gras du tout, d'une grande finesse ».

### Objection « prétexte »

Elle témoigne un manque d'intérêt du client par un comportement de fuite.

- ⇒ Ex : Le serveur vient de présenter les suggestions, et le client répond :
- ⇒ « Bon, nous allons réfléchir et regarder la carte ».

**La bonne technique pour répondre : le COUSSIN AMORTISSEUR**

« Bien entendu. Cependant, sachez que beaucoup de clients ont apprécié ..... Je vous laisse réfléchir et je reviens vers vous dans quelques minutes pour prendre la commande ».

### Objection « test »

Elle consiste à évaluer la compétence et le sérieux du serveur. Ex :

- ⇒ Le serveur vient de présenter la carte des desserts:
- ⇒ « Bonne idée, mais vos desserts sont-ils faits par votre cuisinier ? »

**La bonne technique : REPETITION, puis REFORMULATION**

**REPETITION** : « Si je comprends bien, vous craignez qu'ils ne soient pas de bonne qualité si je vous réponds non.

**REFORMULATION** : Et bien je vais vous expliquer : une partie est choisie chez des fournisseurs de qualité, sélection faite par un petit groupe de dégustateurs. Et une autre partie est préparée sur place par notre cuisinier.

Dans les 2 cas, ils sont plébiscités par les amateurs de desserts ».

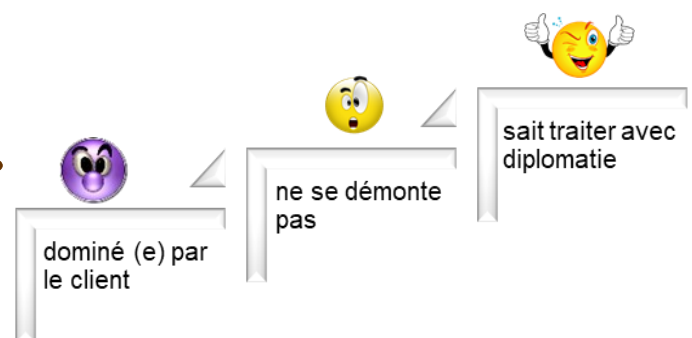
# 14 - Les freins à la vente

Indiquez ici les usages dans votre restaurant

## Compétence 14 : quel est le niveau actuel ?

Prénom, Nom du collaborateur

.....



## Plan d'action

.....

.....



## Répondez aux questions suivantes et consultez les réponses

[www.andre-picca.fr/rubrique\\_14](http://www.andre-picca.fr/rubrique_14)

- 1 Mon 1er est célèbre pour sa Clairette, Mon 2e empêche les voitures d'entrer, Mon 3e est un possessif, mon 4e coupe le bois. Avec mon tout, vous en userez sans modération.
- 2 Devant une incompréhension avec le client, que direz-vous à la place de « vous avez mal compris » ?
- 3 Que direz-vous à la place de « je ne sais pas » ?
- 4 Que direz-vous à la place de « je ne vous garantis rien » ?
- 5 Le langage que vous éviterez, celui qui creuse les fossés entre le client et le commerçant, c'est l'argot. Où trouve-t-il son origine ?
- 6 Il y a des clients qui sont ainsi : en terme familier, comment appelle-t-on une personne qui change souvent d'avis ?
- 7 Complétez cette phrase, extraite d'une Fable de la Fontaine : « gardes-toi, tant que tu vivras, de juger les gens sur .. .... »
- 8 Saint Exupéry, grand voyageur a dit : « celui qui diffère de moi, m'..... »
- 9 Mon 1er exprime une surprise, mon 2e est matinal, mon 3e est l'expression sonore de la vache. Mon tout, les clients en ont tous et vous aussi.
- 10 Complétez cette phrase de Boris Vian, écrivain : « les gens ne changent pas, ce sont les ..... »



# 15 - Reformulation = contrat commercial



## De quoi s'agit-il ?

- Pour valider une commande,
- Pour convenir d'un arrangement,
- Pour sécuriser le client

### Répétez, précisément

- Le contenu : « 3 cappucinos, 1 chocolat chaud, 1 schweppes »
- Les modalités : « j'attends que vous terminiez tranquillement l'apéritif pour préparer les plats »,

## Dans quelles situations ?

- A la fin de la prise d'un message,
- En concluant la prise de réservation par téléphone,
- Au fur et à mesure de l'enregistrement d'une commande, à une grosse table,
- A la fin de l'enregistrement d'une commande, à une table calme et à l'écoute,
- Pour valider le renouvellement de consommations,

## Adaptez la technique aux situations

- **Prise de réservations avec garanties « heure limite d'arri-**

vée » : « j'ai bien noté la réservation d'une table, ..... (détails)... Vous arriverez bien à 12 hs 15. Si toutefois vous avez un peu de retard, prévenez-nous par téléphone pour que nous gardions votre table ».

- **Prise de réservations « 2 services »** : « j'ai bien noté votre réservation, soit .....(détails)..., nous arriverez bien à 12 hs 15 et vous aurez bien libérée votre table à 13 hs 45 »,

- **Prise de commande, dont enfants** : « je recapitule : .... (détails)... et dès que c'est prêt, j'apporte le 1er plat pour votre enfant »,

- **Prise de commande dans un environnement bruyant** (terrasse, bar à thèmes) : reformuler à chacun, par petits groupes de 3 ou 4 personnes.

## Le conseil du sportif

« *Le principe fondamental de l'équipe ? Mettre de côté ses opinions personnelles pour adopter et appliquer une ligne commune, et considérer la réussite de tous avant son avancement individuel.* »

David Douillet, judo, nov 2001

## Apprenez des phrases-type en plusieurs langues

- **To repeat**
- **Wiederformulieren**
- **Reformular**
- **Riformulare**
- **Повторитесь**



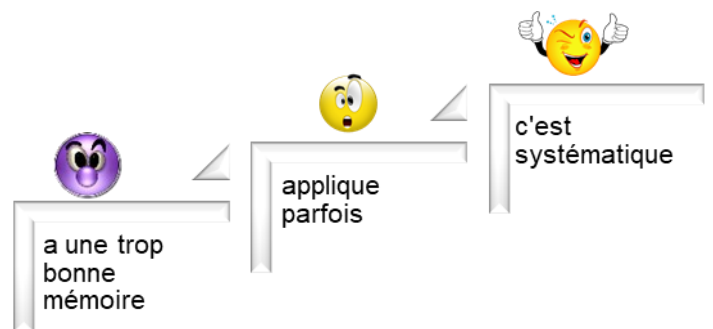
# 15 - Reformulation

Indiquez ici les usages dans votre restaurant

## Compétence 15 : quel est le niveau actuel ?

Prénom, Nom du collaborateur

.....



## Plan d'action

.....

.....



## Répondez aux questions suivantes et consultez les réponses

[www.andre-picca.fr/rubrique\\_15](http://www.andre-picca.fr/rubrique_15)

- 1 Vous ne zappez pas l'étape de la reformulation, parce que, selon les constats faits par l'auteur de ce guide, « seulement .. % du temps de service se déroule sous haute pression » ?
- 2 A quels moments allez-vous vous entraîner pour améliorer votre savoir-faire ?
- 3 A quoi peut servir un cahier de consignes consultable par tous les membres de l'équipe ?
- 4 Qui a dit : « Rien ne sert de penser, il faut réfléchir avant » ?
- 5 Finalement, le client ne vous a toujours pas compris. Quelles questions vous poserez-vous ensuite sur vous-même ?
- 6 Le client aussi peut donner des signes de reformulation, il posera ses couverts, parallèlement dans l'assiette, pour dire « qu'il a fini ». Pourquoi ?
- 7 Il n'y a pas si longtemps, qu'est-ce qui était considéré comme signe de « convivialité » ?
- 8 Comment se nomme une personne qui ne respecte pas les traditions ?

# 16 - Réservation, en 4 C !

## Réunissez

### les 4 Conditions pour Conquérir la Commande du Client



©Pixabay

#### Prendre Contact

- En décrochant le combiné avant la fin de la 3e sonnerie,
- En commençant à parler seulement lorsque le téléphone touche le lobe de l'oreille,
- En annonçant clairement le nom de votre établissement,

#### Exemples

- ⇒ Restaurant La Terrasse, bonjour, Anaïs à votre service,
- ⇒ Bonjour, Restaurant la Terrasse, que puis-je faire pour vous ?
- ⇒ Restaurant La Terrasse, Anaïs bonjour,

#### Prendre en Considération les attentes du clients

- Posez des questions ouvertes pour savoir ce que le client recherche : date, nombre de personnes, heure d'arrivée envisagée, emplacement
- Proposer vos solutions

#### Assurez la Continuité

- Répondez aux remarques et objections,
- Recherchez son accord,

- Enregistrer la réservation et noter les détails donnés par le client,
- Recherchez des garanties de réservation : « Heure Limite d'Arrivée », versement d'arrhes, garanties par Carte Bancaire, son n° de portable,
- Reformuler précisément la commande,

#### Prendre Congé

- Saluez le client avec une formule et sur un ton qui prépare l'avenir : « ex : Au revoir, et à bientôt chez nous ! »

#### Souvenez vous

- Soyez **rigoureux** dans les prises de réservation : dans un restaurant à 27 euros de prix moyen, 1 couvert qui ne vient pas, c'est l'occasion ratée de financer 1 heure de travail pour 1 salarié,

#### Le conseil du chef d'entreprise

« Notre philosophie interne est la suivante : progresser, consolider et ensuite s'attaquer à la marche suivante ».

Flavio Briatore,  
Coach Formule 1

- Pour les journées à **forte affluence**, rappelez tous vos clients la veille pour confirmer le nombre exact de couverts,

- Pour les grosses tables, fêtards, familles, repas d'entreprise, et pour ne pas faire un remake du sketch de Muriel Robin, demander le versement d'une **caution**,

- Pour les réservations de grosses tables, en l'absence d'un responsable et **si vous n'avez pas de compétences** ou de délégation pour traiter, notez le maximum d'informations, dont le nom et le n° de téléphone, et transmettez le message dès qu'un responsable arrive.

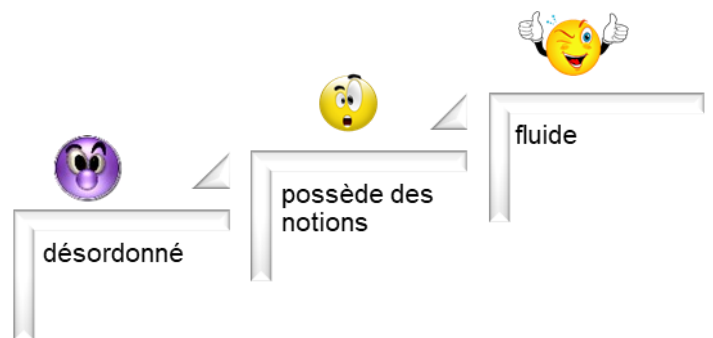
# 16 - Prendre une réservation au téléphone

Indiquez ici les usages dans votre restaurant

## Compétence 16 : quel est le niveau actuel ?

Prénom, Nom du collaborateur

.....



## Plan d'action

.....

.....



## Répondez aux questions suivantes et consultez les réponses

[www.andre-picca.fr/rubrique\\_16](http://www.andre-picca.fr/rubrique_16)

- 1 Quel est le bon réflexe à avoir en arrivant, lorsque vous êtes le 1er présent au restaurant ?
- 2 Que fait un correspondant après 3 sonneries restées sans réponse ?
- 3 Pour conserver la table du client, vous convenez avec lui de son heure d'arrivée. Que lui direz-vous ensuite ?
- 4 Que veut-on dire par « au téléphone, supprimer les sources de parasitage » ?
- 5 Que direz-vous à la place de : « je ne peux pas répondre, le patron n'est pas là » ?
- 6 Que direz-vous à la place de : « Restaurant le Belaccueil, c'est pour quoi » ?
- 7 A la fin de la conversation, que direz-vous à la place de : « Voilà, c'est OK » ?
- 8 Un client britannique vous demande si vous parlez anglais, et ce n'est pas le cas. Quel sera votre réflexe, si vous êtes seul ?
- 9 Pour quelle raison il faut toujours sourire au téléphone ?
- 10 Peut-on faire autre chose pendant que l'on répond au téléphone ?

## 17 - De la porte d'entrée à la table



©André Picca - Honfleur

### 6 idées pour réussir le 1er accueil

1. Quelles que soient votre emplacement et votre situation dans le restaurant, donnez un signe d'accueil dans les 15 premières secondes de présence du client dans le restaurant.

⇒ Ex : de la table d'où vous prenez une commande, faites un signe de la tête en regardant le client, ce qui veut dire « *quelqu'un va venir s'occuper de vous* », et surveillez que ça a été fait dans la minute qui suis,

2. Vous êtes déjà occupé au téléphone ? Levez la tête, les yeux et faites signe aux clients pour lui montrer que vous l'avez vu,

3. Dans une file d'attente, dites toujours bonjour au dernier client arrivé,

4. Dans la même file d'attente, balayez du regard régulièrement vos clients pour leur montrer que vous dominez la situation,

5. Dites leur quelques mots sans retarder pour autant vos tâches,

6. Utilisez modérément l'humour.

### Comment reconnaître anciens et nouveaux clients

Vous êtes nouveau dans l'entreprise ? Voici quelques astuces :

#### Nouveau client :

- Il a une démarche hésitante,
- Il ouvre grand les yeux, il cherche des repères,
- Il est dans une position d'attente.

#### Ancien client :

- Il a plutôt une démarche sûre,

- Il a tendance à s'adresser au serveur qu'il connaît,
- Il a un regard direct, même impatient,
- Parfois, il prend une table sans rien demander.

### Parmi les situations les plus courantes, lorsque le client se présente à l'entrée

#### 1. Le responsable est disponible pour assurer l'accueil, vous passez à proximité :

⇒ Vous saluez le client par un regard direct, un bonjour, un sourire.

#### 2. Le responsable n'est pas disponible :

⇒ Ouvrez la porte au client,

⇒ Saluez-le de votre meilleur « *Bonjour Madame, Bonjour Monsieur, Bonjour les Enfants !* »,

⇒ Soit vous le prenez en charge et vous gérez (*réservation, affectation de la table et accompagnement*),

⇒ Soit vous les faites patienter en indiquant que « *le responsable va arriver pour leur donner une table* ».

Le conseil venu de la vox populi corse

« *Cambia di celù, cambierai de stella* »

*Change de ciel, tu changeras d'étoiles.*

### Accueillir les enfants et les ados

- Soignez l'accueil personnalisé dès le 1er contact,
- Choisir la table en fonction des autres clients,
- Si l'organisation avec la cuisine est possible, et avec l'autorisation des parents, prenez la commande en priorité, faites marcher et servez aussitôt,
- L'astuce du Restaurant Le Benjamin, à Dissay (86) : prévoir des tablettes avec des connexions vers des jeux en ligne, avec l'autorisation des parents.



©André Picca - Turquie

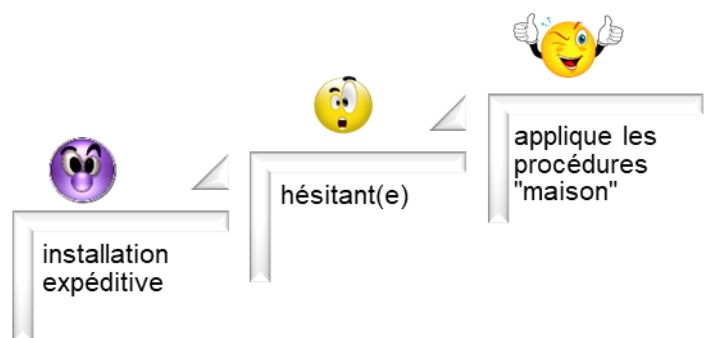
# 17 - De la porte d'entrée à la table

Indiquez ici les usages dans votre restaurant

## Compétence 17 : quel est le niveau actuel ?

Prénom, Nom du collaborateur

.....



## Plan d'action

.....

.....



## Répondez aux questions suivantes et consultez les réponses

[www.andre-picca.fr/rubrique\\_17](http://www.andre-picca.fr/rubrique_17)

- 1 Aux abords du restaurant, vous voyez des papiers gras. Que ferez-vous et sous quel délai ?
- 2 Le client refuse la table que vous lui avez attribuée. Vous avez une autre solution. Que ferez-vous en lui attribuant une autre table ?
- 3 Il n'y a pas de client, c'est le début du service, vous discutez avec votre collègue. Quelles précautions prendrez-vous ?
- 4 Les clients s'approchent de la table, ils ont des manteaux. Quel sera votre réflexe ?
- 5 Le responsable d'un séminaire vous demande quelques informations sur le déroulement du repas. Que ferez-vous ?
- 6 Donnez quelques exemples qui vous permettront de montrer des gestes de bienvenue aux clients ?
- 7 Les clients sont installés à table. Que ferez-vous des sets et couverts en excédent sur la table, et pourquoi ?
- 8 Quels avantages y-a-t-il à présenter la carte ouverte ?
- 9 Quels avantages y-a-t-il à présenter la carte fermée ?
- 10 Que veut dire l'expression « faire le poireau » ?

# 18 - Les 1ers moments à table !

Conviv'Action®



©André Picca - Tomate Cerise 62 - Arras

## 8 conseils pour réussir l'accueil et l'acte de vente

1. Prenez la commande des 1ères boissons dans les 2 minutes de présence du client à table, et adaptez ce conseil à votre type d'établissement,
2. Portez ces boissons-là dans les 3 minutes qui suivent,
3. Le client entendra vos suggestions dans les 3 premières minutes de présence à table,
4. Revenez prendre la commande dans les 5 minutes qui suivent,
5. Souriez, hochez légèrement de la tête, à l'affirmative,
6. Recherchez le temps dont il dispose pour manger, vous adapterez vos propositions commerciales (boissons, menus, suggestions)
7. Parlez avec des mots justes, relevant du langage sensoriel et évocateur,
8. Suscitez les questions du client,

## 5 idées pour vendre plus de suggestions

1. Au briefing, écoutez, posez des questions, demandez des précisions sur les produits,
2. Dès l'installation du client à table, apportez rapidement le tableau des suggestions et présentez-les en utilisant un vocabulaire sensoriel,

3. Articulez, prenez le temps de parler, supprimez les SPAM (Superbe Parole Audible que de MOI)
4. Aux habitués, dites-leur : « avez-vous déjà essayé » .....(un plat en suggestion), puis décrivez-le,
5. « Me permettez-vous de vous donner 1 conseil » : (réponse) puis valorisez les suggestions

## Etre prêt à vivre le rush, suivez les conseils des Pros

- Rangement : chaque chose à sa place,
- Redresser une table : vérifier la propreté des matériels, accessoires et plv,
- Garnir la console : ayez un œil attentif sur la propreté du matériel,
- Prendre possession de votre rang : re-contrôler la propreté des sièges, des tables, du matériel, corriger les éventuelles tables bancales,
- Installer un client à table : dites-leur quelques mots, ne montrez pas d'empressement à ce qu'ils en terminent,
- Restaurant pro-wifi : donnez les informations de connexion,
- Restaurant attentif aux enfants et ados : indiquez rapidement les prestations qui leur conviennent.

### Le conseil régional

« *Quau noun asardo, noun pren pèis.* »

*Qui n'ose pas, n'attrape pas de poisson.*

Proverbe provençal



©André Picca

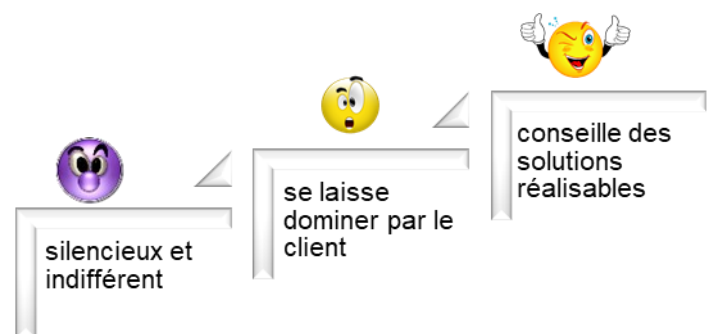
# 18 - Les 1ers moments à table

Indiquez ici les usages dans votre restaurant

## Compétence 18 : quel est le niveau actuel ?

Prénom, Nom du collaborateur

.....



## Plan d'action

.....

.....



## Répondez aux questions suivantes et consultez les réponses

[www.andre-picca.fr](http://www.andre-picca.fr) rubrique 18

- 1 Un groupe, avec un menu pré-établi, s'installe à table. Quel sera votre réflexe ?
- 2 Quels sont les types de cuisson pour une viande rouge, comme le bœuf ?
- 3 Quels sont les types de cuisson pour l'agneau ?
- 4 Dans la plupart des entreprises, rien ne peut être servi sans cet acte. De quoi s'agit-il ?
- 5 Un client vous dit : « nous avons pris du retard, nous sommes pressés ». Que lui répondez-vous ?
- 6 A un client qui commande une viande bien cuite, que lui répondez-vous ?
- 7 Vous prenez une commande sur un carnet de bons (papier). Quelles sont les 5 informations indispensables ?
- 8 Au moment de valoriser les 1ères boissons, et alors que les campagnes contre la consommation d'alcool portent leurs fruits, quels types de produits mettez-vous en avant ?
- 9 Les clients sont nouveaux, ils ne connaissent pas votre établissement. Quelle pourrait être votre 1ère phrase ?
- 10 Quel que soit le contexte du repas, pourquoi est-il important de connaître le temps de repas que le client s'accorde chez vous ?



## RUE DE L'ATTENTE

« Le client a horreur d'être pris en otage par le restaurateur ».

Soyez vigilant,

Tout au long du repas pour ne pas abuser de son temps.

**Votre objectif : éliminer les sources d'impatience du client, qui peuvent être :**

- A l'arrivée
- À l'affectation d'une table
- Le temps de présentation des cartes
- Le délai pour prendre la commande
- Lorsque que le client appelle le serveur
- Attente des 1ères boissons
- Le service du 1er plat
- Délai entre chaque plat
- Renouvellement des consommations,
- Commandes de fin : desserts, café, ...
- Demander l'addition
- Le temps de l'encaissement.

## Des actions simples, en continue

### Vivre en équipe

1. Transmettre des informations précises à mes collègues avec convivialité,
2. Libeller les bons d'une manière complète et exploitable par les autres,
3. Sans abandonner mes clients, me rendre utile dans les autres rangs,
4. Sur le bon de commande, noter les heures : installation à table, prise de commande, service du 1er plat.
5. Participer à l'enlèvement des plats et des consommations,
6. Respecter les produits et leur présentation pendant le trajet de la cuisine, du comptoir à la table,



©Xavier Picca—Maroc

### Organisation

7. Jamais les mains vides : enlever le matériel sale lorsque je passe devant une table, près de la console, au comptoir, dans un rang, même si ce n'est pas le mien ,
8. Redresser rapidement les tables,
9. Mettre du matériel réellement propre sur la table et au comptoir, dans les consoles,
10. Vérifier l'état de propreté des bords d'assiettes, nettoyer avant d'enlever,

11. Veiller à la bonne tenue de mon espace de travail, de la salle, des terrasses, des toilettes,
12. Déterminer les priorités, ici, c'est le client qui a le 1er rôle,
13. Identifier les difficultés à venir, alerter le responsable,
14. Ajouter au cas par cas : sauces, condiments, couverts spéciaux, couteau à viande, ou sucre, ...
15. Agir en professionnel : port du matériel, du plateau, débarrassage, ...
16. Avant d'apporter les boissons (eaux, vin), débarrasser les verres à apéritif,
17. Servir les consommations à la bonne température,

### Sens de l'économie

18. Manipuler le matériel avec précaution pour éviter la casse,
19. Veiller à ce qui part à la poubelle,
20. Fermer les robinets d'eau,
21. Surveiller les volumes de climatisation, de chauffage,
22. Facturer au fur et à mesure ce que le client consomme : suppléments, vins en bouteille, cafés, 2<sup>e</sup> cafés, digestifs, ...

### Sécurité

23. Garder toujours un œil sur le sol, ramasser tout ce qui traîne,
24. Réparer immédiatement les dégâts à la suite d'un incident, nettoyer rapidement,

# 19 - Le suivi du client

## Des actions simples, en continue - Suite

### Savoir conseiller et vendre

- 25. Avoir le réflexe de promouvoir les ventes additionnelles,
- 26. Renouveler les espaces de chalandises en produits,

### Anticiper

- 27. Mémoriser les habitudes des clients habitués,
- 28. Mémoriser les plats, les sauces et les cuissons commandées par chacun des clients,
- 29. Lorsque toutes les consommations sont servies, vérifier que le client ne manque de rien,
- 30. 1 minute après le service du plat principal, réaliser le contrôle « bouchée », c'est-à-dire demander aux clients s'ils ne manquent de rien ou si les plats leur conviennent,
- 31. Interpréter les signaux : un client fait la grimace, cherche une aide, repousse son plat, change d'humeur,
- 32. A l'envoi, vérifier à la conformité des consommations,
- 33. Traiter rapidement toutes les remarques et objections,

### Le client d'abord

- 34. Contrôler ma tenue, mon matériel : stylo, carnet de commandes,
- 35. Privilégier le confort et la tranquillité du client,
- 36. Me rendre utile aux clients, dès que j'ai du temps : apporter du pain, dialoguer, sympathiser,
- 37. Évoluer dans la salle à un rythme juste, éviter de courir, et de ressembler à un cyclone,
- 38. Anticiper les demandes du client,
- 39. Assurer le service sans déranger le client,
- 40. Adapter mon service au rythme du client : ne pas le faire attendre quand il est pressé, ne pas me précipiter quand il veut prendre du temps,
- 41. Sourire, être enthousiaste, garder un air naturel et concerné,
- 42. Rester aimable et disponible pendant tout le repas,
- 43. Avoir toujours un mot aimable lorsque je sers le client,
- 44. Me montrer discret sur les conversations des clients,
- 45. Servir tous les clients de la même table en un court laps de temps,
- 46. Surveiller la pertinence de la musique,
- 47. Resservir régulièrement les boissons,
- 48. Sur le bon de commande, noter les heures : installation à table, prise de commande, service du 1er plat.

### Compétence 19 : quel est le niveau actuel ? (utilisez un smiley par n° de ligne)

Prénom, Nom du collaborateur

.....



### Evaluations et plans d'actions

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

## 20 - Surprise au dernier acte



©André Picca - La Taverne 59450 Sin le Noble

### Il y a du spectacle dans l'air

Souvenez-vous du dernier spectacle ou concert que vous avez suivi :

- Au début, la salle exulte, le scénariste a mis en scène les effets pour obtenir une bonne ambiance,
- Ensuite, le spectacle se déroule selon un scénario que vous semblez deviner d'avance,
- À l'approche de la fin, le scénariste a prévu de relancer votre implication, votre intérêt, il crée des surprises pour finir en apothéose.

### Et vous, que faites-vous pour relancer la satisfaction de vos clients ?

- En débarrassant le plat principal, vous disposez de 10 à 30 secondes pour dialoguer, selon le nombre de clients : dites-lui une phrase dans le style « Comment avez-vous trouvé la proposition que je vous ai faites ? »
- Il n'y a pas de pause tant que votre dernier client n'est pas parti,
- Apporter autant d'importance à une remarque qu'à un compliment,
- À une table festive, gardez un œil sur la satisfaction de la « star de table » : anniversaire, nouveau job, ...
- Discuter avec des clients, c'est bon pour le commerce, pendant que l'on n'abandonne pas les autres,
- Le best : suivre ses dernières tables pendant que l'on aide dans un autre rang,
- « Au vestiaire, tu as laissé ton smart-

phone, au vestiaire, tu ne retourneras pas avant la fin de ton service »,

- Le contrôle « bouchée » a été fait dans les délais, le client laisse la moitié de son assiette : savoir identifier pourquoi,
- Le client laisse les 3/4 dans l'assiette : par les temps qui courent, savoir réagir sans excès ou proposer un « doggy bag ». Comme son nom l'indique, cela devient de la nourriture pour chien, car il y a une rupture de la chaîne de sécurité alimentaire,
- Au buffet, le client s'est outrancièrement servi et laisse presque tout dans son assiette : savoir faire une remarque juste et sans excès,
- La fin du « Client-Roi » : au risque de choquer les nostalgiques, là où il y a un roi, il y a un vassal. Or, les « Conditions Générales de Vente » sont suffisamment bien définies aujourd'hui en restauration, pour que le client respecte le « catalogue » et les collaborateurs de l'entreprise.
- Vous avez été efficace, il reste 15 mns au client avant de partir : savoir faire des ventes additionnelles.

### Le conseil du sportif

« On a tous rendez-vous avec l'histoire, son histoire, à condition de la provoquer : c'est ce que j'appelle le hasard organisé ».

Jean Louis Etienne,  
Aventurier,  
Le Pôle Intérieur,  
1999



©Le Grand Restaurant, film de Jacques Besnard  
Un style de relations-client bien révolu aujourd'hui, sauf par certains clients.

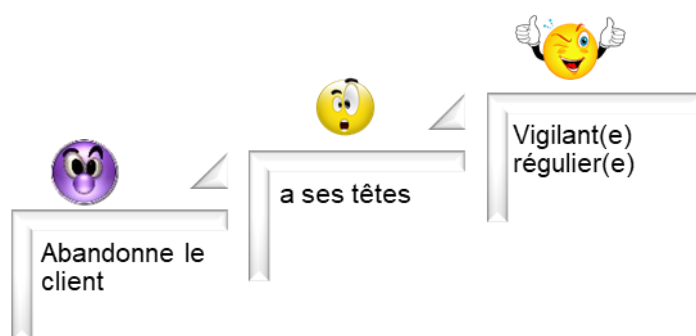
## 20 - Surprise au dernier acte

Indiquez ici les usages dans votre restaurant

### Compétence 20 : quel est le niveau actuel ?

Prénom, Nom du collaborateur

.....



### Plan d'action

.....



### Répondez aux questions suivantes et consultez les réponses

[www.andre-picca.fr](http://www.andre-picca.fr) rubrique 20

1 Les plats sont terminés : A -Vous débarrassez en enlevant tout ce qui est inutile sur la table, tout en faisant un brin de conversation, B—Vous demandez d'abord ce qu'ils vont prendre ensuite, et vous débarrassez quand ils auront répondu

2 Les clients ont choisi la formule sans dessert : A—Ils savent ce qu'ils ont pris, vous proposez les cafés - B Vous dites, par exemple : « Vous avez gardé sûrement une place pour le dessert, et je vous propose ..... »

3 A une table de clients pressés, les desserts sont terminés : A—En débarrassant, vous présentez vos offres en valorisant les boissons chaudes, B—Vous débarrassez. Vous reviendrez prendre la commande plus tard, les clients ont besoin de digérer, C - En débarrassant, vous demandez combien de personnes veulent prendre un café.

4 Les clients s'éternisent à table, vous allez quitter votre service : A—Vous faites le tour de votre rang que vous rangez, vous placez un mot aux clients en indiquant que votre collègue va prendre le relais, vous leur souhaitez une bonne fin de journée, B—Vous vous éclipez discrètement, C -Vous coupez les lumières, la musique, ils comprendront qu'ils doivent faire comme vous : partir.

5 Un incident sérieux s'est produit au cours du service : A—A la fin du repas, ce n'est pas la peine d'aller se faire battre une 2e fois, vous débarrassez sans « mot dire », B—Vous sondez le climat de la table et vous rebondissez avec humour, C—Vous faites comme d'habitude, avec précaution, car le client n'a pas oublié mais l'erreur a été réparée.



## Tout le monde gratte !

A force de pratiquer le « satisfait ou remboursé », certaines activités commerciales sont de mauvaises influences sur la restauration, sauf que c'est difficilement applicable parce que le client consomme d'abord et paye ensuite.

### Solutions

## Connaître le temps du client

Dès son installation à table, faites appel à votre talent pour adopter le bon ton et les mots justes pour obtenir cette information, vous orienterez les clients vers des préparations qui respectent son temps.

## Reformulez !

Reformulez exactement la commande du client en mettant en évidence les particularités des produits (cuisson, supplément, ....)

## Parlez avec assurance !

Un serveur timide se fera « dominer » par le client.

## Jouer sur le « sympathique »

L'humour raisonnable et la bonne humeur sont communicatifs

## Questionnez votre client

Dans la minute qui suit le service d'un plat, prenez le temps de vérifier s'il lui convient, et, SURTOUT, donnez lui le temps de répondre.

## Ayez les cuissons à l'œil !

En salle, apprenez le contrôle visuel des cuissons, elles se reconnaissent à l'œil.



## En cuisine, acceptez l'avis du service

Lorsqu'un plat est signalé « non conforme » à l'envoi, acceptez de corriger l'assiette. La suprématie de la cuisine, qui se mesure à la hauteur de la voix, date du siècle dernier.

## Résistez aux affirmations mensongères

Concevez que les vins courants n'ont quasiment plus de goût de bouchon, ces derniers étant en liège reconstitué et plastifié, ou en matière synthétique.

## Suivez la satisfaction

Tout au long du service, suivez réellement vos clients, sachez entendre leur réponse, et vous ne demanderez plus, en présentant l'addition : « ça a été ? »

Lorsque vous dites, à l'encaissement, « ça a été ? », à cet instant, que fait le client devant tous les autres ? Il conteste parce que vous lui en donnez l'occasion.

Et, faute de temps pour écouter et résoudre le problème, (c'est trop tard), vous offrez.

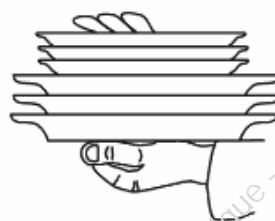
## Donnez des signes extérieurs de professionnalisme

Pratiquez votre métier avec des gestes et une allure qui rassurent : port du plateau, port des assiettes garnies, débarrassage, ....

### Le conseil d'un pro

« La conduite d'une bonne gestion condamne toutes les dilapidations ».

Philippe Callot  
Fables de gestion  
et de marketing  
Ed Amc²



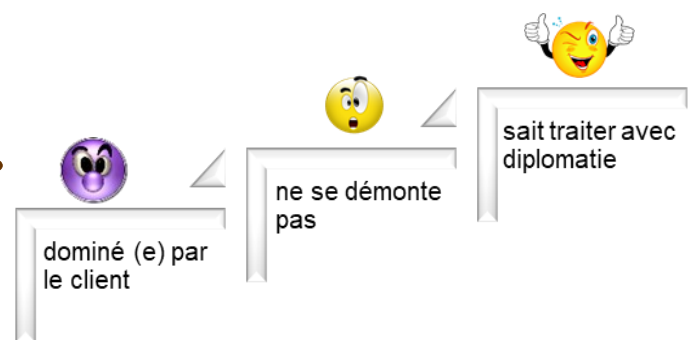
# 21 - Halte au grattage

Indiquez ici les usages dans votre restaurant

## Compétence 21 : quel est le niveau actuel ?

Prénom, Nom du collaborateur

.....



## Plan d'action

.....



## Répondez aux questions suivantes et consultez les réponses

[www.andre-picca.fr/rubrique\\_21](http://www.andre-picca.fr/rubrique_21)

Donnez le qualificatif qui correspond à une personne mal élevée ?

2

Qu'est-ce qu'un client qui a une marotte ?

3

Quelle est la définition « purement économique » d'un client ?

4

Certains clients en font une habitude, vous n'aimez pas, et vous ne pouvez pas les entrer dans la catégorie « client » ?

5

Malgré toutes les embûches et les difficultés, que vous soyez passionnés par votre emploi ou impliqués avec justesse, vous le serez parce que les clients de votre entreprise attendent une prestation de qualité. Quel est votre qualificatif ?

6

Quelle définition donnerez-vous à un type de client considéré comme un « parvenu » ?

7

Quel est le défaut de quelqu'un dont on dira « qu'il n'attache pas son chien avec des saucisses » ?

8

En avoir vous permet de connaître les bons usages de la société. Vous la complétez tous les jours. De quoi s'agit-il ?

9

Respecter autrui, c'est lui en apporter. De quoi s'agit-il ?

10

La modération fait partie de vos règles de vie dans le commerce. Comment cela se traduit-il dans votre comportement ?

## Merci et au revoir

### A quel moment donner l'addition ?

- Lorsque le client la demande : c'est la règle de base, mais les habitudes des consommateurs et des restaurateurs évoluent,
- Les clients qui ont signalés qu'ils étaient tenus par le temps : au moment du service du café, leur dire une phrase du style : « voulez-vous que je vous apporte l'addition maintenant ? »,
- Sur les sites à forte fréquentation : vous apportez l'addition après avoir servi la dernière commande (cafés, ...), parce qu'il est urgent de renouveler la table,
- Avec une clientèle d'actifs qui ne consacre que 40 mns pour prendre son déjeuner : cafés + addition,

### Où encaisser ?

- À la table, c'est la règle de base, mais ....., vous connaissez la suite,
- Certains consommateurs ont gardé l'habitude de payer à la table : sachez vous adapter si le temps de service vous le permet,
- Informez les clients après le service des dernières consommations : « pour l'addition, je vous invite à ..... »,

### Quel comportement adopter ?

- Demandez aux clients son degré de satisfaction, bien avant de présenter la

note : que ferez-vous en encaissant si la réponse n'est pas bonne ?

- Lorsque les vêtements sont accrochés à proximité ? Laissez le client les reprendre lui-même : c'est un réflexe lié à votre contrat d'assurances,
- Le client avait réservé, il vient de payer avec un chèque, une carte bancaire, bref, vous connaissez son nom : saluez-le discrètement par son nom,
- L'au revoir le plus marqué est donné par celui qui est le plus proche de la porte,
- Vous croisez un client qui part, saluez-le discrètement,
- Le client a oublié un objet : remettez-le à votre responsable, mieux, réagissez rapidement pour le lui remettre avant qu'il parte.

### 3 règles à respecter par chacun, pour être efficace ensemble

- Les clients se souviendront facilement de la 1ère phrase et de la dernière phrase que vous leur adresserez,
- Il faut toujours garder en tête que, du 1er au dernier client, les serveurs sont tous ravis d'avoir été choisis par les clients,
- Du 1er au dernier serveur, vous aurez le même souci du client.

### Le conseil du sage

«L'air,  
Le geste,  
La contenance,  
La manière d'agir,  
Tout entre dans la politesse ».

Règles de bienséance,  
Gérard Chapuis,  
17e siècle



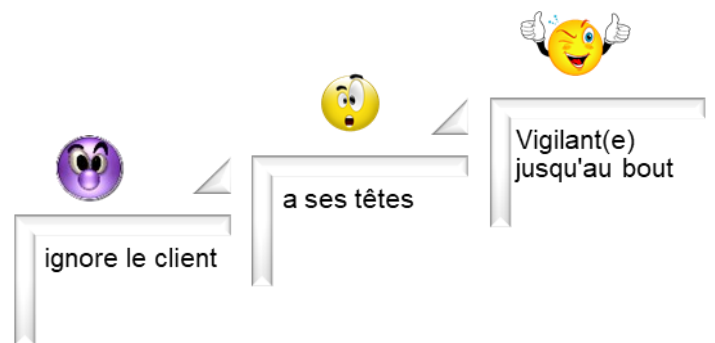
## 22 - Encaissement et départ

Indiquez ici les usages dans votre restaurant

### Compétence 22 : quel est le niveau actuel ?

Prénom, Nom du collaborateur

.....



### Plan d'action

.....



### Répondez aux questions suivantes et consultez les réponses

[www.andre-picca.fr/rubrique\\_22](http://www.andre-picca.fr/rubrique_22)

1 Un client a reçu de son employeur des Titres Restaurants en janvier 2017. Jusqu'à quand pourra-t-il les utiliser ?

2 Avant d'éditer la note du restaurant, quel sera votre réflexe ?

3 Dans le langage courant, au restaurant, qu'est-ce qu'un client « psp » ?

4 Un client oublie un objet sur la table. Qu'en ferez-vous ?

5 L'un des clients a demandé l'addition. Que faites-vous ? A—Vous l'apportez en détaillant clairement à voix haute, afin d'éviter tout malentendu B—Vous la posez discrètement sur la table près de la personne qui l'a demandé, C— Vous apportez l'addition en précisant que le pourboire n'est pas inclus.

6 L'addition se fait attendre : A—Vous laissez faire, le client voit bien qu'il doit encore attendre B—Vous passez devant tout le monde à la caisse et vous sermonnez le caissier C - En fait, le client n'attend pas parce que vous avez anticipé le rush à la caisse et vous l'aviez déjà préparée et conservée, le temps que le client la demande.

7 Devant l'addition, vous observez le client qui scrute les détails, fronce les sourcils. Que faites-vous ? A— Il ne semble pas comprendre, il n'a toujours rien compris, vous n'intervenez pas B— Vous vous approchez de la table, vous débarrassez un peu de matériel. Si le client a besoin d'explications, il vous les demandera C- Vous lui indiquez la caisse où il pourra payer et obtenir toutes les explications.



## 23 Les clients mécontents !



### Souvenez-vous :

- **80 %** des conflits repose sur des malentendus ou des présuppositions : informations insuffisantes, peu claires, manque de confiance, ....: organisez vos explications d'une manière suffisamment limpides, du début à la fin,
- « Un client mécontent a toujours raison.....de le dire, une entreprise qui ne le croit pas a toujours tort » - *Ph Detrie— les réclamations clients*
- Parmi les clients mécontents, seuls 4 % osent le dire, 96 % préfèrent se taire.
- 1 client content le dit à 4 personnes de son entourage, 1 client mécontent le dit à 11 personnes,
- Les clients adorent s'exprimer sur les réseaux sociaux, surtout quand ils sont mécontents : faites passer l'information aux clients contents : « exprimez-vous sur le site .... ».

|              | Réparables | Non réparables |
|--------------|------------|----------------|
| Justifiées   | 1          | 2              |
| Injustifiées | 3          | 4              |

### Comment faire?

1. Identifier le type de réclamations
2. Agissez rapidement :
  - Vous n'êtes pas compétent : faites intervenir votre responsable,
  - Vous êtes compétent : appliquez Erica

### ERICA 5 étapes pour s'en sortir\*

#### E coutez

- Sans interrompre, adoptez un ton moins fort que lui,
- Questionnez simplement : que s'est-il passé ?

#### R eformulez et qualifiez

- Reformulez de façon neutre pour isoler le point de désaccord,
- Distinguez ce qu'il ressent de ce qu'il s'est passé,
- Qualifiez la réclamation selon le point le tableau ci-contre,

#### Le conseil zen

«N'essayez pas d'atteindre les étoiles,  
Si vous n'êtes pas la Nasa...»

Le Petit Livre du stress  
Ed Exley

#### I dentifiez des solutions

- Recherchez plusieurs solutions,
- Argumentez les, quelles soient bonnes ou moins bonnes pour le client,

#### C onfirmez

- Précisez ce que vous allez faire, sous quel délai,

#### A - ssurez un suivi

- Agissez rapidement
- Recherchez le résultat
- Cherchez à garder le contact

**Un client qui réclame est un client qui attend la prestation commandée,  
Et non pas autre chose.  
Offrir, est-ce vraiment la solution ?**

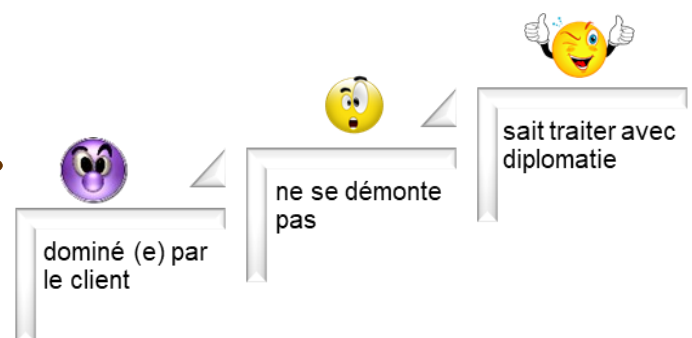
## 23 - Les clients mécontents

Indiquez ici les usages dans votre restaurant

### Compétence 23 : quel est le niveau actuel ?

Prénom, Nom du collaborateur

.....



### Plan d'action

.....

.....



### Répondez aux questions suivantes et consultez les réponses

[www.andre-picca.fr/rubrique\\_23](http://www.andre-picca.fr/rubrique_23)

- 1 Qu'est-ce qui n'est jamais à faire en cas de problème ?
- 2 Je suis une « blessure » sur un vêtement, et aussi un incident malheureux . Qui suis- je ?
- 3 Mon 1er est un interrogatif, mon 2e, c'est vous en version expérimenté, mon 3e est le début de Quo Vadis. Mon tout est une « erreur qui consiste à prendre une chose pour une autre ».
- 4 Tous les jours, l'état des toilettes est constaté par le personnel. A combien estimez-vous le nombre de contrôle ?
- 5 Quel sera votre comportement tout au long du traitement de la réclamation ?
- 6 Que direz-vous à la place de « ça n'est pas moi » ?
- 7 Que direz-vous à la place de « vous n'aurez pas de soucis » ?
- 8 Que direz-vous à la place « il n'y en a plus pour très longtemps » ?
- 9 Que direz-vous à la place de « quel est votre problème » ?
- 10 L'accueil et la politesse jouent de nombreux rôles dans le commerce. Dans le domaine du traitement des réclamations, quel est leur principal rôle ?

# 24 - les clients franchement difficiles

## Choisissez la méthode adaptée à la situation

### 1 c'est négociable :

- Constatez les faits, se les faire expliquer,
- Faites la liste des points négociables,
- Négociez, validez les points d'accord,
- Concluez en mettant en évidence les points non négociables.

### 2 Choisissez les bons mots

- Supprimez les mots puissants et durs.

### 3 Protéger son orgueil

- Organisez-vous pour que le client ne perde pas la face.

### 4 supprimer les MAIS

- Préférez le ET

### 5 Soyez « open »

- Posez des questions ouvertes pour montrer votre objectivité

### 6 Empathie et diplomatie

- Exprimez clairement vos objectifs, réalistes,
- Choisissez les mots pour le dire,

### 7 Faites parler les images

- Choisissez l'analogie, des références qu'il accepte

### 8 Restez calme

- Réunissez les conditions pour garder votre calme : isolez le client,
- Respirez profondément,
- Parlez sur un ton bas et monocorde,

### 9 Restez concret

- Si nécessaire, relevez les critiques que vous avez à lui formuler,

- Il ne sera plus votre client : choisissez un mode d'intervention qui mettra fin rapidement à la discussion.

### 10 Appliquez le plan OR-SEC

- Dites « non » sans le blesser,
- Ne laissez pas la cocotte minute s'installer en vous,
- Exprimez les valeurs et les références de l'entreprise sans agression,

### 11 La tempête à l'horizon

- Ne cherchez pas à le raisonner,
- Laissez le dépenser son énergie,
- Ne vous moquez pas de lui

### 12 La violence est là

- Préférez les imprévues
- Suspendez la discussion
- Ne jouez pas les héros
- Gardez vos distances,
- Utilisez les obstacles naturels.

## Le conseil du sportif

*« Contre l'irrespect, il existe une arme redoutable : la gentillesse.*

*Elle a pourtant mauvaise presse, et on a trop tendance à croire qu'un gentil est un niais.*

*Or, en vieux français, gentil signifie noble ! »*

David Douillet - Judo  
novembre 2001



©Wikipedia

## Et après ?

- Confiez-vous à une tierce personne,
- Fallait-il un perdant, un gagnant ?
- Etait-il réellement honnête ?
- Pouviez vous trouver réellement un terrain d'entente ?
- Et demain ? Comment ferez vous dans la même situation

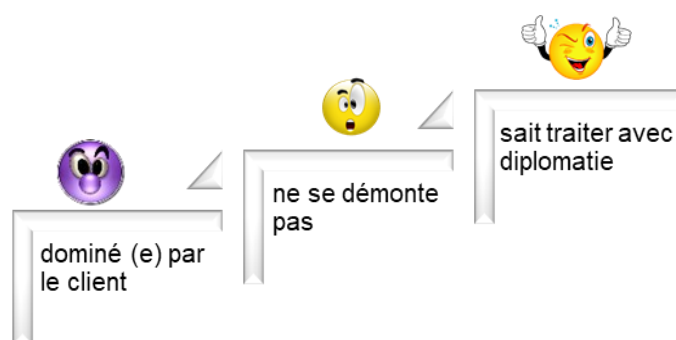
## 24 - Les clients franchement difficiles

Indiquez ici les usages dans votre restaurant

### Compétence 24 : quel est le niveau actuel ?

Prénom, Nom du collaborateur

.....



### Plan d'action

.....

.....



### Répondez aux questions suivantes et consultez les réponses

[www.andre-picca.fr/rubrique\\_24](http://www.andre-picca.fr/rubrique_24)

- 1 Certains clients prétextent sortir pour en griller une, et se faire la belle. De quoi s'agit-il ?
- 2 Un client commet intentionnellement ce délit qui consiste à vouloir partir sans payer sa note. De quel délit s'agit-il ?
- 3 Mon 1er est un oiseau, mon 2e recouvre toute le corps, mon tout est ce « grand n'importe quoi » expliqué au client pour faire passer la pilule. On dira que c'est ... ..
- 4 Depuis quelle date est-il interdit de partir du restaurant sans payer ?
- 5 Le restaurateur peut-il interdire l'accès au restaurant à des enfants ?
- 6 Le restaurateur peut-il interdire l'accès au restaurant à des animaux ?
- 7 Le restaurateur peut-il refuser les tickets restaurant ?
- 8 Peut-on refuser une carafe d'eau à un client ?
- 9 Pouvez-vous encaisser une table sans présenter d'addition ?
- 10 Les tarifs en terrasse peuvent-ils être différents de ceux des consommations servies à l'intérieur ?

## 25 - la rentabilité expliquée simplement

### Quelle est la marge bénéficiaire d'une entreprise, avant impôts ?



Un commerce de produits non périssables, en ville, en 2005, réalisait entre 20 et 25 % de bénéfice avant impôts, aujourd'hui, il réalise entre 15 et 20 %, un peu moins s'il a des charges élevées en zone commerciale ou galerie marchande.

### Et en Restauration ?

Une entreprise de Vente à emporter réalise entre 10 et 12 % de marge bénéficiaire avant impôts,

Un restaurant, service en places assises, de chaîne réalise entre 8 et 10 % de marge bénéficiaire avant impôts,

**Un restaurateur indépendant, restauration traditionnelle, réalise entre 0 et 5 % de marge bénéficiaire avant impôts.**

### Prenons ce dernier exemple :

- Imaginons que le restaurateur indépendant ait un ticket-moyen par repas de 20 euros ttc, dont 5 euros correspondent à des boissons alcoolisées (tva 20 %), et 15 euros en nourriture (tva 10 %)
- Chiffre d'affaires Ht = 17.80 euros  
(15 euros /1.10) + (5 euros /1.20)
- Marge bénéficiaire théorique = 0.89 euros  
(17,80\* 5%)
- Imaginons que l'on casse 1 assiette du type « gourmet-Oviédo », son prix d'achat est de 4.90 euros ht



### Le conseil de l'expert

*« Vendre n'est pas manger.  
Il est recommandé et fort sage,  
Pour bien gérer une affaire,  
Et sans pour autant le client négliger,  
De contrôler tout dérapage  
Du coût des matières premières ».*

Philippe Callot -  
Fables de gestion et de marketing

### A retenir

**Pour remplacer cette assiette cassée, il faut 5.5 clients qui viennent consommer sans que les ventes ne contribuent à la marge bénéficiaire de l'entreprise.**

**Tous les membres de l'équipe, du plongeur au responsable agissent sur le résultat de l'entreprise.**

**L'objectif du restaurateur est de remplir son restaurant, voire de renouveler les tables.**

**Des entreprises réussissent mieux que d'autres grâce à un emplacement privilégié, un thème de restauration très attractif.**

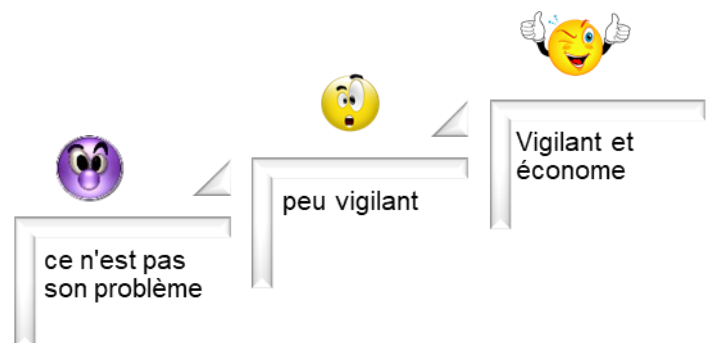
## 25 - Les rentabilités expliquées simplement

Indiquez ici les usages dans votre restaurant

### Compétence 25 : quel est le niveau actuel ?

Prénom, Nom du collaborateur

.....



### Plan d'action

.....

.....



### Répondez aux questions suivantes et consultez les réponses

[www.andre-picca.fr/rubrique\\_25](http://www.andre-picca.fr/rubrique_25)

- 1 Vous expliquerez aux nouveaux venus dans l'équipe qu'il faut veiller à tout ce qui part à la poubelle. Qu'est-ce qui est concerné par cette consigne ?
- 2 Pour éviter la casse, complétez cette phrase : « ..... avec précaution .. ..... ».
- 3 Dans l'acte de vente, quel est le repère qui fera dire que le serveur fait preuve de bonne gestion ?
- 4 Selon Michel Kossossey, auteur de « Le service au top » (1984), au restaurant, qu'est-ce qui coûte le plus cher ?
- 5 Durant toute la journée, quels seront vos réflexes qui feront dire de vous que vous êtes économe, tout en prenant soin du client ?
- 6 En cuisine, quel est ce matériel indispensable au suivi des portions ?
- 7 Quel est le document qui accompagne une livraison ?
- 8 Que doit-on faire avec le livreur, lors de la réception d'une livraison ?
- 9 En gestion de stocks, en quoi consiste l'application du principe « fifo » ?
- 10 Dans votre réserve de marchandises, qu'est-ce que le stock minimum ?



## Contributions

### Remerciements

Tout au long de mon parcours, ils m'ont encouragé, épaulé. Merci à eux pour leurs conseils judicieux, leur patience, la richesse des débriefings :

- ◇ A ma compagne et à mes enfants qui ont contribué à transformer les nouveautés en victoires,
- ◇ A tous les décideurs d'entreprise et à tous les participants aux stages animés sur ce sujet, pour leur exigence et leur esprit critique,
- ◇ À Jean Castell, pour son œil avisé sur le marketing pratique,
- ◇ A mes ami(e)s, [NegHôtel](#) *Aubergist'*® dans l'âme, côtoyés aux carrefours des activités,
- ◇ A tous ceux qui m'ont permis d'acquérir une éducation et une formation professionnelle, en terre provençale, et à
- ◇ Et aux chefs d'entreprises qui ont forgé l'expérience.



IUT DE PARIS



### Photos publiées avec l'aimable autorisation de :

- Frédéric Jaunault - MOF Primeurs 2011 - Fondateur de l'Académie du Fruit et du Légume
- Hôtel Volubilis - 59 Douai
- Restaurant Le Benjamin - 86 Dissay
- Restaurant Tomate Cerise - 62 Arras
- La Taverne - 59 Sin le Noble
- Xavier Picca
- Les sites internet qui proposent des photos et des cliparts libres de licence : Piktore, Couleurs Québec, Bibliothèque Bdom, Cinov-it, Pixabay, Le Forum Dessiné, Wikipedia, Wikimedia,
- Page de couverture photo de l'auteur, Minorque– Espagne

# A qui s'adresse ce tutoriel ?

Conviv'Action<sup>©</sup>

## Aujourd'hui,

Pourquoi la **convivialité commerciale** reprend-elle une place prépondérante au restaurant ?

Toutes générations confondues, la net-économie isole chacun, le besoin de relations avec le commerçant redevient fort,

Les sites d'« avis des clients » expriment, quasiment à l'unanimité, des notes sur le comportement du personnel de service,

Le consommateur redécouvre les repères de la qualité au restaurant : décret sur l'« Artisan Cuisinier », titre de « Maître Restaurateur », label « Fait Maison », « Avis des clients » sur les sites internet,

L'association « Ô service, des talents pour demain » s'emploie à « Redonner du sens à notre profession en indiquant le chemin à suivre », pour reprendre leur slogan.

Le bonheur d'une journée de travail que chaque professionnel, qu'il soit occasionnel, saisonnier ou permanent, trouve ses sources notamment dans la satisfaction exprimée par le client.

Voilà pourquoi le METIER ne renie pas son histoire et ses savoirs-faire, il ne fait que prendre le meilleur du passé pour l'intégrer dans l'histoire économique contemporaine.

Ce tutoriel est destiné :

- Aux Serveurs et Serveuses car les meilleures places sont attribuées à ceux qui sont efficaces en « accueil » et en « techniques de vente ». Il complète les connaissances et techniques professionnelles acquises par ailleurs.
- Aux Chefs d'équipe qui partagent leurs savoirs-faire, et qui forment leurs collaborateurs en permanence,
- Aux chefs d'entreprise car utiliser un budget de formation devient compliqué depuis la réforme de la Formation Professionnelle. Avec ce tutoriel, former dans l'entreprise bon pour le RBE (Résultat Brut d'Exploitation) et les « Avis des clients » diffusés sur le web,.

## Quelques conseils

Chaque fiche technique délivre des outils, des conseils, des aides-mémoire qui ont fait leur preuve.

Chacun d'entre vous (entreprise, responsable, membre de l'équipe) a des usages et une organisation qui ont prouvé leur efficacité. Ce tutoriel vous permet de les respecter, il vous appartient d'adapter les contenus aux types de clients qui sont les vôtres, en terme technique et de langage commercial.

La réalisation de ce guide pose quelques concepts de communication commerciale :

- des phrases stéréotypées n'améliorent pas la qualité de la relation avec le client, le tutoriel abandonne cette facilité,
- Les supports d'information (menus, cartes, sets de table, flyers) ne sont que des aides à l'information, des supports à la vente, ils ne remplacent pas la qualité de conseiller des collaborateurs,
- Le personnel en contact avec le client est libre de choisir son langage, dès l'instant qu'il respecte des codes de convivialité et de commercialisation.

En toute Convivialité, André Picca

23 euros

ISBN : 978-2-9536059-2-1



9